

Publicado en Magdalena Barros Nock y Hugo Valenzuela García (editores) *Retos y Estrategias del empresario étnico. Estudios de caso de empresarios latinos en los Estados Unidos y empresarios inmigrantes en España*, pp. 69-84. Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social. Publicaciones de la Casa Chata. México, 2013.

ACTIVIDADES EMPRESARIALES Y ESTRATEGIAS COMERCIALES DEL  
COLECTIVO SENEGALÉS EN LA EMIGRACIÓN. REAFIRMACIÓN  
DE IDENTIDADES PARA LA VIABILIDAD DEL NEGOCIO

*Susana Moreno Maestro*

Universidad de Sevilla

**Resumen**

El modelo de migración transnacional del colectivo senegalés, con cadenas y redes que vinculan diferentes sociedades, determina el tipo de negocio de sus miembros. Por un lado, locutorios y restaurantes han tenido garantizada su viabilidad en un contexto donde las nuevas tecnologías posibilitan que las personas construyan sus vidas en espacios diferentes de manera simultánea. Por otro, la dedicación a la venta ambulante, con dinámicas diferentes según el tipo de producto y de clientela, condiciona las estrategias de participación social del colectivo, evidenciándose cómo lo económico no es autónomo como tal.

**Palabras clave:** senegaleses, venta ambulante, empresariado étnico, transnacionalismo, Sevilla

**Summary**

The Senegalese collective's model of transnational migration, with its networks and the connections that it establishes between societies, determines the type of business carried out by the members of this collective. On the first hand, call centers and restaurants have guaranteed their survival thanks to an environment where new technologies make it possible for people to build lives simultaneously in different geographic locations. On the other hand, the Senegalese community's dedication to the practice of street selling conditions the collective's strategies when it comes to social participation. Street selling involves a range of social dynamics, determined by the product being sold as well as the

type of customer. All of this makes it evident that the collective's economic activities are never strictly about economy.

**Key words:** Senegalese, street selling, ethnic entrepreneurship, transnationality, Seville.

## **Introducción**

En el Estado español, el desarrollo económico de los últimos años –principalmente desde la década de los 90 hasta alrededor de 2008, en que empieza a asomar la actual crisis financiera– se ha basado en sectores de baja cualificación y trabajo intensivo, principales nichos de empleo de los inmigrantes. Agricultura, construcción, trabajo doméstico y hostelería han sido las parcelas asignadas a los inmigrantes en un mercado de trabajo caracterizado por la segmentación étnica y de género.

Sin embargo, en el caso del colectivo senegalés, la venta ambulante ha sido la dedicación principal desde la llegada de los primeros comerciantes en la década de los 80. En contraste con otros colectivos de inmigrantes, para los que la venta constituye una primera inserción al mercado de trabajo local hasta regularizar su situación, el comercio de venta ambulante es una actividad tradicional de subsistencia que forma parte de su estilo de vida (Goldberg, 2007:283). Por ello, el análisis de las actividades comerciales de este colectivo evidenciará la operatividad del concepto de *matriz identitaria* (Moreno, 1991), clave en el marco teórico–metodológico del grupo de investigación GEISA (*Grupo para el Estudio de las Identidades Socioculturales en Andalucía*), al que pertenezco. La identidad étnica, de género y socio–profesional –en este caso hombres y mujeres mayoritariamente, aunque no solo, wolof, dedicados a la venta–, aparecen inevitablemente interconectadas, no pudiéndose analizar ninguna de estas identidades sin ponerla en relación con las otras dos.

Comenzaremos el capítulo remitiéndonos, aunque sea muy brevemente, a la realidad de Senegal, pues muchas de las personas que venden en nuestras ciudades practicaban la venta ya en su país de origen. A continuación, analizaremos sus prácticas de venta en Sevilla (Andalucía) para mostrar cómo la venta condiciona todas las

actuaciones de los senegaleses en la emigración: los barrios donde viven y la decisión de establecerse donde están sus paisanos, el tipo de pisos que alquilan, los lugares de encuentro, las formas de asociacionismo, las fechas de vuelta a Senegal, etc. El análisis de las actividades empresariales y de las estrategias comerciales del colectivo senegalés en la emigración, además de evidenciar cómo lo económico no es autónomo como tal, nos pondrá de manifiesto la importancia de las redes intracomunitarias, lo que consideramos determinante en relación a las posibilidades de resistir en contextos adversos como el actual.

## **Senegal**

El contexto de globalización neoliberal que ha situado al continente africano en una crisis permanente es determinante a la hora de explicar la presencia creciente en Europa de personas dedicadas a la venta en los últimos tiempos.

En Senegal se produjo el hundimiento de los tres sectores de la economía como consecuencia de la puesta en práctica de políticas de liberalización comercial y de privatizaciones impuestas por el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial: se produjo el hundimiento de la agricultura, con la pérdida de tierras cultivables y el monocultivo de cacahuete, que acentuaba el desequilibrio; el hundimiento de la pesca, con el cierre de empresas como *Senepesca* y *Africamer*, el agotamiento de recursos por el aumento de barcos y la debilidad de la pesca artesanal; y el hundimiento de la industria, donde más de un tercio de los trabajadores perdieron sus empleos desde 1980, acentuándose este proceso a lo largo de los 90, sobre todo después de la devaluación del franco CFA, en enero de 1994 (Dembélé, 2007). La reestructuración de la función pública se tradujo en la congelación de salarios, despidos masivos y programas de “retiro voluntario” para cumplir con las exigencias de los Planes de Ajuste Estructural. Los despidos masivos de trabajadores en el sector público repercutieron, por un lado, en el trabajo de las mujeres, creciendo sus responsabilidades en los hogares para satisfacer

las necesidades familiares<sup>1</sup> y, por otro lado, en un crecimiento de la economía informal ante la dificultad de poseer empleo y salario.

La denominada economía informal es la única salida de gran parte de la población. Está presente en todos los aspectos del funcionamiento de la sociedad, sustentándose, sobre todo, en relaciones sociales que crean y refuerzan lazos y redes. En Senegal, el comercio en los mercados, en la calle, puerta a puerta, es imprescindible para que la vida marche. Como afirma Serge Latouche (2007), a la mayor parte de la población no le queda más remedio que organizarse según otra lógica, tienen que inventar otro sistema, otras maneras de vivir.

Por tanto, lo económico no es autónomo como tal. La ex ministra de Malí, Aminata Traoré, activista reconocida internacionalmente por su lucha por la dignidad del continente africano, en el Séptimo Congreso Ibérico de Estudios Africanos en Lisboa en septiembre de 2010, se refirió a la manía de Occidente por imponer su sistema económico y su concepto de modernidad en el continente africano. En este sentido, afirmamos que lo que normalmente llamamos “economía informal”,<sup>2</sup> en lugares como África no es solamente economía, es otro tipo de sociedad. Se trata de prácticas populares de supervivencia. Hablamos de la vida en su totalidad.

---

<sup>1</sup> Como las políticas de Ajuste Estructural no tenían como finalidad el *desarrollo* de los países sino la reducción de la deuda externa acabando para ello con los presupuestos dedicados a sectores “no productivos”, como la salud o la educación, las mujeres se vieron obligadas a encargarse de gran parte de estos servicios debido a la concepción ideológica del género, que les reserva las tareas de reproducción y cuidado del núcleo familiar. La senegalesa Fatou Secka, en su intervención en las jornadas de la Asociación de Mujeres Senegalesas de Sevilla de diciembre de 2010, explicaba cómo gran parte de las remesas que las mujeres envían a Senegal van destinadas a salud y educación. Es decir, cumplen su función de cuidadoras desde “dentro” y desde “fuera” del hogar.

<sup>2</sup> La economía informal es la formada por todas aquellas actividades generadoras de ingresos que no están reguladas por el Estado en entornos sociales donde actividades similares están reguladas (Castells y Portes, 1989:12). Por su parte, la OIT (2002) define la economía informal como todas las actividades económicas de trabajadores y unidades económicas que no están cubiertas por las disposiciones oficiales que las encuadran.

Hombres y mujeres comercian tanto dentro del propio continente africano como fuera de sus fronteras. En relación al Estado español, hasta la llegada de la Primera Ley de Extranjería de 1985, senegaleses y senegalesas llegaban a ferias y fiestas para vender sus mercancías y regresar después a Senegal. A partir de esta ley, que impedía entrar y salir libremente del territorio español, parte de estos comerciantes comenzaron a quedarse fuera, continuando con la actividad de la venta; y quienes llegaron con posterioridad siguieron incorporándose a ella a través de las redes sociales.

Por tanto, el trabajo en la “economía informal” no es una situación nueva para los senegaleses y senegalesas que llegan a nuestro país. La venta ambulante se adapta al carácter informal de las actividades económicas que mayoritariamente realizaban en Senegal (Lacomba, 2001), lo que varía es su significación y la percepción social de la actividad.

### **Senegaleses de Sevilla. La venta y el colectivo.**

El colectivo senegalés de Sevilla es, junto al nigeriano, el más numeroso de los colectivos procedentes del África Negra en la ciudad. Hasta la llegada de la Primera Ley de Extranjería de 1985, senegaleses y senegalesas llegaban a ferias y fiestas para vender sus mercancías y regresar después a Senegal. A partir de esa ley, que impedía entrar y salir libremente del territorio español, parte de estos comerciantes comenzaron a instalarse fuera, continuando con la venta e incorporando a la actividad a quienes iban llegando a través de las propias redes del colectivo. Así, los primeros en instalarse lo hicieron en la década de los ochenta, siendo la de los noventa y la primera década del presente siglo cuando el colectivo crece de manera evidente<sup>3</sup>, haciéndose plenamente visible a través de la venta ambulante, con la instalación de puestos en los mercadillos y con otras formas de comercio en distintas zonas de la ciudad.

---

<sup>3</sup> La población senegalesa empadronada en Sevilla en el año 2003, según datos extraídos del Boletín Demográfico de la ciudad de Sevilla publicado en 2004, era de 228 personas. Casi las tres cuartas partes eran hombres, aunque la proporción de las mujeres crece en los años posteriores. Sin duda, hemos de resaltar el evidente crecimiento de este colectivo a partir del año 2008. Según datos del Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo (Junta de Andalucía), la población senegalesa es para el año 2011 de 10.859 personas a nivel andaluz y de 771 para la provincia de Sevilla, la mayoría instalada en la capital.

En el caso de los senegaleses, además de factores como la situación administrativa, las posibilidades económicas o el tiempo de estancia en la ciudad –lo que son condicionantes que comparten con la mayor parte de los inmigrantes–, también la práctica de la venta ambulante determina las maneras de vivir la ciudad, en la medida en que marca no sólo sus tiempos y lugares de trabajo, sino también las zonas donde vivir, el tipo de vivienda que ocupar, los periodos de estancia en Senegal, el tipo de relaciones sociales que establecen, etc.

La realidad de la comunidad senegalesa en Sevilla, no es la de un colectivo con la totalidad de sus miembros viviendo de manera permanente en la ciudad. Muchas de estas personas pueden estar empadronadas en ella pero encontrarse, por su dedicación a la venta, en otros lugares de Andalucía o del estado la mayor parte del tiempo. O, incluso, pueden encontrarse en Senegal, donde muchos de quienes están regularizados pasan un periodo de 2 a 4 meses al año, participando en la vida de *allí* en fechas tan señaladas como puedan ser la Fiesta del Cordero o el Gran Magal de Touba, que constituye cada año una peregrinación de los seguidores del Mouridismo, una de las principales cofradías sufís de Senegal, a su ciudad santa (Moreno Maestro, 2006). Indudablemente, la venta posibilita estancias prolongadas en el país de origen, en contraste con otras dedicaciones cuyos periodos de vacaciones quedan limitados, normalmente, a un mes de duración durante el periodo de verano.

Entre quienes tienen la residencia más o menos fija en la ciudad, hay un deseo mayoritario de vivir en los mismos barrios que el resto de paisanos; se trata de una estrategia de adaptación mediante el aprovechamiento de las redes sociales (Moreno Maestro, 2009). Es cuestión de minimizar riesgos.

De los barrios de Sevilla, es en San Jerónimo donde se concentra gran parte de las actividades del colectivo senegalés; por ello, aunque muchos no tengan allí su residencia, las relaciones sociales sí las desarrollan en el barrio. En este hecho, la dedicación a la venta ambulante ha sido fundamental; así lo muestra la declaración del presidente de la “Asociación de Senegaleses Inmigrantes por la Igualdad” recogida por

Ousseynou Dieng (2006:289): "...con los controles de la policía en la antigua estación de trenes de la Plaza de Armas, si uno no quería volver expulsado a Senegal, tenía que coger el tren en la estación de San Jerónimo". Esto sucedió en los meses inmediatamente posteriores a la Ley de Extranjería de 1985, cuando los senegaleses, dedicados fundamentalmente a la venta ambulante, se vieron obligados, para desplazarse a los pueblos donde vendían, a tomar el tren en la estación de El Empalme, en San Jerónimo, evitando controles y expulsiones. Por otro lado, quienes para vender se desplazaban en furgoneta, aparcaban en un garaje de la carretera de La Algaba y compraban la mercancía en "la tienda de Joaquín", en San Jerónimo (Dieng, 2006). Todo ello motivó la instalación de numerosas familias en el barrio, a lo que siguió el traslado de la agrupación religiosa y la apertura de negocios de miembros del colectivo.

Pero no sólo el barrio, también el tipo de vivienda está condicionado por la venta, existiendo una preferencia por los pisos en planta baja para facilitar las entradas y salidas con mercancía. Ocurre, además, que tanto los edificios del barrio de San Jerónimo como los de otros barrios en los que también reside parte del colectivo –caso del barrio de la Macarena o del Cerro del Águila– son bloques antiguos, muchos de los cuales carecen de ascensor.

### **Actividades económicas del colectivo senegalés**

No se emigra al lugar donde se gana más dinero, sino al sitio donde se minimizan los riesgos. Quien emigra sabe que a través de las redes –ya sean familiares, de amigos, de vecinos– tiene garantizado el apoyo necesario con el que ir *apañándose* en la nueva sociedad. De esta forma, la identidad étnica se refuerza a través de la solidaridad de grupo desde el mismo inicio y ya durante todo el proceso migratorio. Quien vaya a emigrar sabe de antemano que trabajará en la venta, pues desde el exterior se asume la responsabilidad no sólo de enviar remesas al lugar de origen, sino también de dar cobijo a quienes llegan, lo que incluye facilitar una primera ocupación: los *padrinos* (*diatigui* en wolof), aquéllos que llevan más tiempo en la emigración, facilitan mercancía con la

que poder ejercer la venta ambulante desde la misma llegada a los *nuevos* (*dajar* en wolof).

Llegados a este punto, debemos hacer referencia a los *Modou-Modou*,<sup>4</sup> término que viene definido de varias maneras y que, si preguntamos a los propios senegaleses por su significado, observamos que la definición varía. El término proviene del nombre Mohamadu o Mamadu, muy común entre los senegaleses y, en principio, hacía referencia a aquéllos que emigran del campo a la ciudad buscándose la vida como pequeños vendedores (Rosanders, 2000). Aunque la mayoría de los *modou-modou* son de la etnia wolof y de la cofradía mouride, su sistema de funcionamiento se ha extendido a otras etnias y cofradías de Senegal y hoy designa a todas aquellas personas dedicadas a la venta que comparten un estilo de vida caracterizado por el ahorro, la religiosidad y un sentido de la actividad comercial (Sow, 2004).

Estamos de acuerdo con Papa Sow (2004) cuando señala que, indistintamente de la etnia, las prácticas comerciales de los senegaleses se articulan según dos estrategias: una de tipo colectivo (con valores más vinculados a la sociabilidad) y otra de tipo individual (con valores vinculados a la racionalidad económica).

#### *Dinámica colectiva.*

Para los *modou-modou* que responden a una estrategia colectiva, la comunidad es lo principal y el *padrino* ejerce la autoridad moral, respetándose la gerontocracia de la cultura de origen. El *padrino*, a la vez que impone un orden, actúa como mediador en posibles conflictos que puedan surgir durante el ejercicio de la venta. Existe todo un sistema de convivencia que institucionaliza las prácticas colectivas ya que, en muchos casos, sucede que estos *modou-modou* comparten casa, funcionando con un fondo común y haciendo las labores domésticas por turno, incluida la cocina, en caso de que

---

<sup>4</sup> El término para referirse a las mujeres que forman parte de este colectivo es el de *Fatu-Fatu*, aunque se emplea con mucha menos frecuencia.



no estén las esposas. De esta forma, el sentido de comunidad sobrepasa el ámbito del trabajo, pues también se gesta en la esfera doméstica, fijando así un orden moral concreto.

En relación a esta estrategia comunitaria, podemos hablar de formas organizativas africanas adaptadas al contexto andaluz, caso de las tontines, mayoritariamente femeninas, aunque también las hay mixtas.

La tontine de los senegaleses en Sevilla tiene lugar entre un grupo que no suele sobrepasar las 10 personas. Cada una de ellas aporta, con la periodicidad que se haya acordado –normalmente, semanal o mensual– la cantidad de dinero fijada. De esta forma, se crea un fondo que se sortea según la periodicidad de la tontine –cada semana o mes– y que va tocando cada vez a uno de sus miembros.<sup>5</sup> Es decir, el dinero que cada persona recauda es el mismo que aporta hasta que haya tocado a todos. ¿En qué consiste, pues, la ventaja?

La tontine es una estrategia que algunos afirman está bien para personas que se organizan mediante ingresos diarios, caso de quienes se dedican a la venta ambulante. A estos les puede venir muy bien, ya que pueden invertir ese dinero en alguna compra o negocio donde sea necesario el gasto de una cantidad importante de dinero de una sola vez. Se trata, en definitiva, de un sistema de ahorro. En Sevilla, cuando la situación económica era mejor a la actual, existía una tontine de mujeres con una cotización de 150€ semanales. En la actualidad, al haber menos ganancias, también las cotizaciones son más bajas.

Pero la función fundamental de la tontine no es solamente financiera, también cumple una importante función social (Essombe Edimo, 2002; Bagalwa Mapatano, 2004). Constituye un método de pequeño crédito sin intereses basado en la confianza mutua entre las personas, un método tradicional que algunos calificarían de

---

<sup>5</sup> Hay tontine donde no se realiza sorteo, hay un orden prefijado de las personas que se llevarán el fondo cada semana.

“premoderno” pero que es perfectamente funcional también en nuestro tiempo. Esta estrategia económica es una forma más de afianzar la confianza mutua. Las reuniones de la tontine son ocasiones en las que estar juntos, son contextos para el encuentro.

En un sentido parecido funciona la “Asociación de Mujeres Senegalesas de Sevilla”, creada en 2007. En sus estatutos se recogen como objetivos: 1) la integración laboral a través de cursos de formación (clases de español, clases de informática, de hostelería, etc.); 2) la organización de jornadas y encuentros interculturales; y 3) la implicación en el desarrollo del país de origen. Ninguna referencia, por tanto, a la actividad de la venta.

El discurso de muchas de estas mujeres es que desean “trabajar”<sup>6</sup> porque están cansadas de vender. Señalan que no tienen las mismas ganancias que hace años y que la presión policial es muy fuerte, por eso demandan cursos que les faciliten el acceso al empleo: cursos de carné de conducir, de español, de restauración, de hostelería, etc. Sin embargo, se trata solamente del discurso, ya que muchas de estas mujeres los rechazan cuando se les ofrece pues les impide pasar largos periodos de tiempo en Senegal.

La asociación cuenta con un fondo generado por cuotas, 10€ al mes. Parte de este fondo se emplea en un sistema de préstamo para viajar a Senegal y traer mercancía que vender en Sevilla, el resto de Andalucía y España; y viceversa, se compra mercancía en Sevilla para venderla en Senegal. Además, quienes regresen *definitivamente* pueden continuar en la asociación y beneficiarse del sistema de préstamo.

Con esta organización se asegura un control social del ahorro y se contribuye al afianzamiento de las redes de género dentro del colectivo senegalés de la ciudad. En este sentido, el papel de las reuniones es fundamental. En ellas no sólo se tratan cuestiones relacionadas directamente con la asociación, también es muy común venderse artículos unas a otras: pañuelos llegados de la Meca, artículos de higiene de

---

<sup>6</sup> La venta ambulante no la consideran trabajo. Es muy frecuente escuchar entre las personas que se dedican a la venta ambulante: “yo no trabajo, yo vendo”.

Senegal... Incluso mujeres que no trabajan fuera de casa y ocupan casi todo su tiempo en atender a sus maridos y demás miembros de la familia asisten a estas reuniones, donde lo fundamental es el encuentro. Prestar, pedir prestado, dar, recibir, ayudarse, informarse, organizar encuentros, etc. Todo toma un tiempo considerable y ocupa una parte importante de la jornada.

### *Dinámica individual*

Por otra parte, hablamos de los *modou-modou* con prácticas comerciales de tipo individual que requieren de autonomía financiera. Existe una voluntad por parte de estos comerciantes –algunos se autodefinen como *businessman* frente a los *modou-modou*– de eludir el papel de los *padrinos* en el colectivo, a los que tildan de dominadores que coartan la libertad individual. Aspiran a un ascenso en la escala social e intentan demostrar que son capaces de organizarse y de triunfar a su manera, entendiendo el triunfo principalmente en términos de acumulación. En este sentido, Mbaye, un senegalés llegado a Sevilla en el año 2009, afirmó lo siguiente en un encuentro de asociaciones senegalesas de Andalucía celebrado en abril de 2010: “*hay un problema entre los senegaleses y es que los ancianos no nos dejáis a los jóvenes integrarnos como queramos, nos queréis marcar el camino y no apoyáis nuestras ideas*”.

Estos *businessmen* multiplican sus actividades económicas entre diferentes países. Las redes comerciales conectan no sólo país de origen y país receptor, sino que crean un verdadero tejido que une distintas partes del mundo, formando *espacios sociales transnacionales* (Aparicio y Tornos, 2005; Blanco, 2007). Esto ocurre de manera habitual con la venta de productos de marca falsificados. Hay que tener en cuenta que en esta dinámica la capacidad para hacerse con una clientela fiel constituye una prioridad estratégica (Sow, 2004), y esta clientela espera, fundamentalmente, la llegada de productos ilegales. De esta forma, los ingresos de estos comerciantes han aumentado principalmente en las redes internacionales de productos falsificados: cinturones, bolsos, prendas de ropa... En la actualidad, gran parte de los artículos de

marcas falsificadas vendidos en Sevilla proceden de una red que conecta Grecia, Portugal, España y Senegal.

### **Negocios senegaleses en la ciudad**

Si analizamos los negocios con los que cuentan los miembros del colectivo senegalés en Sevilla, hemos de diferenciar, primero, el tipo de clientela al que se dirigen. Por un lado, existe una clientela senegalesa que demanda productos propios: comida, ropa, ofertas de viaje y tarifas telefónicas especiales para Senegal, series de televisión, etc. Son aquellos negocios que responden a *necesidades culturales* no cubiertas por comercios, ya sean autóctonos o de otros colectivos de inmigrantes. Por otro lado, otros negocios responden a la demanda de la sociedad andaluza; son los productos ofertados principalmente en la venta ambulante: bolsos, cinturones, bufandas, relojes, gafas de sol, etc., dependiendo de la temporada. Se incluyen aquí artículos falsificados de marcas reconocidas y reproducciones de CDs y DVDs.

En un estudio sobre empresariado étnico en Andalucía, coordinado por Ángeles Arjona (2006), se muestra cómo, para abrir negocios, los inmigrantes recurren pocas veces a las ayudas que entidades privadas u organismos públicos ofrecen y que, cuando lo hacen, normalmente se les deniega por una supuesta inviabilidad del negocio o falta de aval.

Sin duda, al igual que ocurre con otros colectivos de inmigrantes, la cuestión fundamental en los negocios de los senegaleses es el aprovechamiento de las redes sociales como ventaja competitiva. No sólo se recurre a las redes en el momento de apertura (“créditos étnicos”, “sociedades de préstamos”...), sino que éstas deben seguir funcionando para garantizar su continuidad. Así, por ejemplo, la gestión requiere una serie de trámites que obligan a ausentarse del propio negocio, debiendo contar con personas de confianza que se queden a cargo de todo. En estos casos es muy habitual que las mujeres reemplacen a los maridos cuando éstos van de viaje, quedando a cargo de locutorios y puestos de mercadillos. También cuando se necesitan empleados de

forma más permanente se recurre al propio grupo, significando una ayuda laboral hacia los propios senegaleses, a la vez que una garantía de lealtad al empresario basada en la solidaridad étnica y de parentesco.

Por supuesto, el reclutamiento de personas del mismo origen étnico y/o nacional, unido a la venta de productos que responden a necesidades culturales propias, atrae clientela del propio grupo. En este sentido, hay una cuestión fundamental: la importancia de estos negocios como lugares de encuentro. El éxito del negocio no se mide únicamente en beneficios económicos, sino también en la posibilidad de convertirse en lugares de encuentro y reunión.

Es necesario traer aquí a colación la situación específica de las mujeres. Existe un grupo, minoritario, que permanece en casa la mayor parte del día para el *equilibrio* del marido y el recibimiento de los que van llegando nuevos a la ciudad. Esta situación responde, normalmente, al deseo de algunos hombres de tener una mujer *tradicional*, principalmente tras una mala experiencia con mujeres andaluzas o de otros orígenes. Sin embargo, la mayor parte de las mujeres trabaja fuera de casa. Y es que una de las cosas que se desprende de la investigación es lo erróneo de aquel planteamiento que afirma que la mujer que emigra siempre lo hace para reunirse con su marido. En algunos casos sí ha sido así pero, otras veces, la mujer entiende su emigración como estrategia para mantener su grupo doméstico como cabeza de familia, sin venir detrás de ningún hombre. Mujeres solteras, mujeres viudas, mujeres separadas o casadas pero sin sus maridos, emigran con el propósito de mejorar su situación económica y social y la de sus familias (Moreno Maestro, 2008).

Entre las senegalesas de Sevilla que trabajan fuera de casa, hay quienes lo hacen uniéndose a la actividad del marido, pudiendo complementar este trabajo con alguna otra actividad que les aporte unos ingresos independientes, como es el caso de aquellas que hacen trenzas en los puestos que sus maridos tienen en los mercadillos. También algunas –como ya hemos comentado más arriba– reemplazan al marido en sus negocios cuando éstos van de viaje. Muy distinta es, sin embargo, la situación de las mujeres que

realizan un trabajo totalmente independiente al del marido, ya que tienen la posibilidad de generar un capital económico propio y de adquirir una mayor independencia.

Indudablemente, la situación puede ir variando a lo largo del proceso migratorio. Mujeres que han llegado reagrupadas y han trabajado con sus maridos, después se han divorciado y no han regresado a Senegal, han permanecido en Sevilla iniciando una trayectoria autónoma. En el estudio coordinado por Ángeles Arjona (2006) se señala que entre las mujeres inmigrantes en Andalucía son las latinoamericanas y las senegalesas las que destacan en la apertura comercios.

### *Locutorios*

De las actividades empresariales ejercidas por inmigrantes en Andalucía, el tipo de negocio más numeroso es el locutorio, representando el 22.4% del total (VV.AA., 2006). Sin embargo, en los últimos tiempos la realidad está cambiando. Hasta hace un par de años, la viabilidad de los locutorios estaba garantizada en un contexto donde las nuevas tecnologías han posibilitado que las personas construyan sus vidas en espacios diferentes de manera simultánea, lo que responde al concepto de *transnacionalismo* (Portes, Guarnizo y Landolt, 1999; Caglar, 2001; Guarnizo, 2004). El contacto cotidiano con la familia desde cualquier punto del globo, controlando los acontecimientos locales y estando presentes en ellos de alguna forma, es un hecho. Sin embargo, aunque el contacto con el país de origen y otros lugares de la diáspora siga muy determinado por la relación telefónica, en la actualidad, gran parte de los senegaleses cuentan con tarifas especiales desde sus propios teléfonos. La viabilidad de los locutorios depende hoy, fundamentalmente, de la oferta complementaria de que dispongan. En esta cuestión, el contar con servicios para el envío de dinero es fundamental. En Sevilla, dos locutorios propiedad de senegaleses han cerrado en 2010. Los que permanecen son aquéllos que se constituyen en espacios de intercambio de bienes materiales y simbólicos, con tarifas especiales de llamadas y billetes de avión a Senegal, servicios de envío de dinero, venta de música, películas y series, comida, ropa y adornos de Senegal, anuncios de venta de

viviendas en Dakar, carteles informativos de actividades y eventos de la comunidad en Sevilla, etc.

En relación a este intercambio de bienes simbólicos, debemos señalar la “mouridización” de estos espacios, fundamental para convertirse en lugares de encuentro entre los senegaleses. El Islam constituye la religión de pertenencia de la mayor parte del colectivo, incluidos aquéllos que se encuentran en la emigración, principalmente mourides.<sup>7</sup> Las cofradías islámicas son referentes con mayor fuerza movilizadora que la pertenencia a la etnia o incluso al propio Estado senegalés. Gran parte de los senegaleses de Sevilla, de todas las edades, poseen fotos del fundador del Mouridismo en sus casas y lugares de trabajo (Moreno Maestro, 2005). En este sentido, la mouridización del espacio es fundamental para convertir un negocio en lugar de encuentro donde afianzar las relaciones comunitarias.

Por tanto, los locutorios continúan siendo hoy una opción laboral dentro del colectivo senegalés, siempre que amplíen la oferta y ofrezcan la posibilidad de identificarse con determinados elementos simbólicos.

### *Restaurante*

En Sevilla hay un único restaurante senegalés, situado en el barrio de San Jerónimo. Se trata de un espacio pensado para la comunidad senegalesa, que sigue sus formas y horarios: se sirve *maffé* y *tie bou dienne*, se bebe *bissap*, las paredes se adornan con retratos de los marabús de las cofradías islámicas de Senegal, durante el mes de Ramadán se sirven únicamente cenas, los días de mercadillo es lugar de confluencia tras desmontar los puestos. El restaurante ocupa una casa de dos plantas en la calle principal

---

<sup>7</sup> En Senegal, la práctica islámica toma la forma de cofradía religiosa. Los miembros de estas cofradías hacen voto de obediencia a sus marabús (fundadores y líderes espirituales actuales), considerados administradores y herederos del *baraka* o tolerancia divina. A través de su *baraka*, los marabús poseen la energía de curar enfermedades y de conceder la salvación espiritual a sus seguidores. Se espera de ellos que enseñen y aconsejen. Actualmente, la cofradía Mouride es la más activa de Senegal y con mayor crecimiento. Nacida en el último cuarto del siglo XIX es de inspiración sufí, como las otras cofradías de Senegal. Los descendientes de su fundador, Cheikh Ahmadou Bamba, son hoy los marabús, grandes autoridades religiosas de Senegal, y el padre actual de los mourides es uno de sus descendientes.

del barrio, tiene una capacidad para más de 200 personas y cuenta con un patio en la entrada donde detenerse a charlar en cualquier momento del día. La planta baja queda reservada al restaurante, que incluye un pequeño locutorio, y la parte alta se utiliza para la celebración de fiestas y reuniones del colectivo. Desde hace dos años, la *dahíra*<sup>8</sup> mouride se reúne en ese espacio pagando una cantidad de dinero en concepto de alquiler.

El restaurante se ha convertido en lugar de referencia para la comunidad senegalesa de Sevilla. Por ello, junto a las *dahíras*, es el lugar elegido para facilitar información de interés para el colectivo. En esta cuestión la edad juega un papel fundamental: aquellos asuntos que interesan fundamentalmente a jóvenes, como la constitución de una asociación juvenil o una *asociación de sin-papeles*, se tratan mayoritariamente en el restaurante; aquellos otros asuntos de interés general para la totalidad del colectivo, se tratan en las *dahíras*.<sup>9</sup> Es decir, los lugares poseen distintas significaciones para las personas y los grupos, y esto pocas veces es tenido en cuenta por quienes trabajan en cuestiones relacionadas con la inmigración, ya sea desde las administraciones públicas o desde asociaciones no gubernamentales.

En la actualidad la crisis económica está afectando a los negocios y, en concreto, a los denominados “negocios étnicos”. En Sevilla, además del cierre de los locutorios que hemos apuntado más arriba, la crisis está suponiendo también una mayor presencia policial en algunos de los negocios regentados por inmigrantes. La Oficina de Derechos Sociales de Sevilla denunciaba en diciembre de 2010 cómo la continua presencia de la policía para inspeccionar estos negocios está provocando la pérdida de

---

<sup>8</sup> Las *dahíras* son agrupaciones musulmanas donde, con el objetivo manifiesto de estar juntos y ayudarse, se realizan de forma conjunta las prácticas religiosas.

<sup>9</sup> Por poner algunos ejemplos, en las *dahíras* se explicó el proceso de “normalización” de inmigrantes que tuvo lugar en el año 2005 con el objetivo de que el máximo número de personas pudiesen regularizarse; también allí se han dado a conocer las diferentes normativas sobre venta ambulante.



clientela, temerosa de que le soliciten la documentación por el simple hecho de encontrarse allí.

### *Venta Ambulante*

Cuando nosotros hablamos de venta ambulante, nos referimos a todo tipo de venta no sedentaria, tanto regular como irregular, es decir, a la venta itinerante en ferias y mercadillos –con el permiso municipal, la licencia de actividad económica y alta como autónomo–, a la venta por las calles buscando clientela en bares, casas y establecimientos y a la venta con la manta en las calles céntricas de la ciudad y aceras de centros comerciales. Los senegaleses practican todas estas formas de venta, estando muy conectadas unas con otras.

Quienes poseen sitio fijo en algunos mercadillos son principalmente aquéllos que llegaron en la década de 1980 o principios de los años 90, cotizando en la Seguridad Social como autónomos. Las personas titulares de estos sitios actúan como *padrinos* de familiares llegados recientemente, muchos sin documentación, que aprenden de ellos estrategias de venta en la nueva ciudad. En ocasiones, los *nuevos* parten de estos puestos reglamentados para ir a vender en calles aledañas, ya sin licencia para hacerlo, aunque ofertando la mayoría de las veces los mismos productos que los puestos. Es lo que hacen *los chicos* los días de lluvia en Sevilla: parten de los puestos fijos de sus *padrinos* en el centro de la ciudad para vender paraguas en las calles de alrededor. Estos puestos del centro sirven además, en ocasiones, de refugio a quienes se encuentran vendiendo en la manta, que ante la llegada inminente de la policía, recogen rápidamente sus cosas para refugiarse en ellos y guardar allí su mercancía.

La venta en la calle, en la manta, es una alternativa de subsistencia de colectivos en situación precaria. En la actualidad, con la crisis económica, senegaleses que trabajaban en agricultura o construcción, hoy no encuentran trabajo y vuelven a la

manta, aunque aseguran que las ganancias son mucho menores que hace años.<sup>10</sup> En estos casos se trata de personas que no tienen otra alternativa de trabajo, a menos que se trate de determinados productos ilegales, de los que pueden obtener beneficios altos.

La venta también constituye una ocupación estacional. En verano, gran parte de los senegaleses y senegalesas se desplazan a ferias y playas con importante actividad turística, aún a sabiendas que a la vez que crece el número de vendedores, crece también la presión policial y los decomisos. Así, las mujeres senegalesas llevan años yendo a Mallorca los veranos para hacer trenzas; sin embargo, en el contexto de crisis actual, la presión policial se ha recrudecido. En el municipio de Alcudia (Mallorca), en el verano de 2010, la policía local ponía multas por infracción a quienes hacían trenzas en las playas, llegando a acumular algunas mujeres multas de 6000€, imposibles de afrontar. Hay que tener en cuenta que por las trenzas cobran 5€ y las multas son de 300€.

Conviene señalar también que, entre los senegaleses, hay personas que cuentan con un empleo fijo desde hace años y, sin embargo, practican la venta, en este caso como actividad complementaria para obtener ingresos adicionales, muchas veces ante gastos imprevistos.

En todo lo que estamos exponiendo, no debemos olvidar la importancia de pasar varios meses del año en Senegal, y esto lo posibilita la venta.

### **Algunas consideraciones para la reflexión**

En el *Informe 2009 sobre Evolución del racismo y la xenofobia en España*, del Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia, se constata que para la población en general, tener un contrato de trabajo es el criterio que se prioriza para la regularización de inmigrantes. La mirada que la población tiene es, por tanto, eminentemente utilitarista, en consonancia con el tratamiento legislativo a la inmigración.

---

<sup>10</sup> Boubá (senegalés de 35 años de edad): “Nosotros en el año 2002 y así teníamos siempre dinero ahorrado, 6000–8000€. Pero ahora no tenemos nada. Se ganaba mucho en la venta, pero ahora...”.

Además, en épocas de crisis, se palpa en la sociedad un temor ante la posibilidad de ascenso social de los inmigrantes en contraste con la situación de los autóctonos, y ello a pesar de que según el *Informe sobre Inmigración y Mercado de trabajo de 2010*, a finales del año 2009, los inmigrantes tenían una tasa de desempleo del 29.7% frente al 16.8% de la población autóctona.

Indudablemente, esta discriminación y rechazo social vienen muy determinados por leyes discriminatorias que calan en la sociedad. Así, por poner sólo un ejemplo, la modificación de la Ley de Extranjería de finales de 2009 prevé sancionar a quien empadrona a un inmigrante sin ser su domicilio habitual, lo que supone dificultar la regularidad a través del arraigo, única vía hoy en día para conseguir “los papeles”.<sup>11</sup>

Entre los senegaleses de Sevilla, algunas de las personas que llevan más tiempo en la ciudad y cuentan con una situación más estable, ante el miedo a que se pierda la buena consideración que entre los sevillanos tiene el colectivo, no ven con buenos ojos movimientos de protesta surgidos dentro del propio grupo. Así, estas fueron las palabras de una persona representativa del colectivo senegalés de la ciudad en relación al acoso policial sufrido por los inmigrantes los últimos meses: “*hay que hablar con los chicos, decirles que no protesten. No es verdad que haya acoso de la policía. A nosotros nos tratan bien*”. Ello a pesar de que la propia “Asociación de Inmigrantes Senegaleses de España” interpusiera una denuncia en mayo de 2009 por “redadas discriminatorias” y a pesar de que dos meses antes, los propios sindicatos policiales del Cuerpo Nacional de Policía SUP, CEP, UFP y SPP denunciaron la existencia de cupos de detenciones de inmigrantes “sin papeles” en todas las comisarías de España.

---

<sup>11</sup> En el Estado Español, desde la aprobación de la Ley de Extranjería, en 2000, reformas sucesivas –Ley Orgánica 8/2000, Ley Orgánica 11/2003, Ley Orgánica 14/2003, hasta llegar a la enésima reforma de la Ley de Extranjería a finales de 2009– han acentuado el intento de control de los flujos y dificultado la inserción social de los inmigrantes regularizados

Aún así, la mayor parte del colectivo senegalés entiende que subsistir depende, en gran medida, de la solidaridad étnica gestada durante años, solidaridad que intensifica, y más en estos momentos, el sentimiento de pertenencia al grupo. Y esto se hace en gran medida, tal y como hemos analizado, a través de las actividades empresariales y las estrategias comerciales del grupo: aprovechando las redes sociales como ventaja competitiva, convirtiendo los propios negocios en lugares de encuentro y reunión, adaptando las formas organizativas propias al contexto andaluz, afianzando espacios sociales transnacionales, resignificando lugares y prácticas mediante símbolos de identificación colectiva como puedan ser los propios del mouridismo...

*“La unión no la hemos aprendido aquí, ya la traemos de África. Allí nos reuníamos para hablar debajo del árbol”*. Con estas palabras se cerró el Encuentro de asociaciones senegalesas de Andalucía que tuvo lugar la primavera de 2010 y que se hizo con el objetivo de poner en común los problemas y afrontar juntos las dificultades que como senegaleses encuentran en los distintos lugares de Andalucía

## **Bibliografía**

APARICIO, ROSA Y TORNOS, ANDRÉS

2005 *Las redes sociales de los inmigrantes extranjeros en España*; Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid, España.

BAGALWA MAPATANO, JULES

2004 “L’usage féminin des tontines. La ‘maison Congolaise’ en Suisse”, en *Côté jardin, côté cour. Anthropologie de la maison africaine*, Presses Universitaires de France, París, Francia, pp. 181 - 207

BLANCO FERNANDEZ DE VALDERRAMA, CRISTINA

2008 “Procesos migratorios contemporáneos y su incidencia en los tradicionales paradigmas de integración”, en García Roca, Joaquín y Lacomba, Joan

(coords) *La inmigración en la sociedad española: una radiografía multidisciplinar*. Ediciones Bellaterra, España. pp. 267–288.

CAGLAR, AYSE S

2001 “Constraining metaphors and the transnationalisation of spaces in Berlin”, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, vol. 27, núm. 4, pp. 601–613.

CASTELLS, MANUEL Y PORTES, ALEJANDRO

1989 “World Underneath: The Origins, Dynamics, and Effects of the Informal Economy”, en *The Informal Economy: Studies in Advanced and Less Developed Countries*; A. Portes, M. Castells, and L. A. Benton. The Johns Hopkins University Press, Baltimore, MD, pp 1-11.

DEMBÉLÉ, DEMBA MOUSSA

2007 “Le droit au développement”, CETIM. Ginebra.

DIENG, OUSSEYNOU

2005 “Integración y modelo de convivencia. la experiencia de la comunidad senegalesa en el barrio de San Jerónimo”, en *PH: Cuadernos 17: Patrimonio Inmaterial y Gestión de la diversidad*, Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico, Consejería de Cultura, Junta de Andalucía, Sevilla, España, pp. 224-246.

ESSOMBE EDIMO, JEAN-ROGER

2002 “La naturaleza profunda de la tontina africana”, en *A la búsqueda de alternativas, ¿otro mundo es posible?*, en *Alternativas Sur*, vol. I, Centre Tricontinental, Louvain-La-Neuve, Bélgica, pp. 143–152.

GOLDBERG, ALEJANDRO

2007 “Dinámicas y estrategias socioculturales de inserción económica de los migrantes senegaleses: una indagación etnográfica”, en *Empresariado étnico en España*, Fundación CIDOB, Barcelona, España, pp. 113-139.

GUARNIZO, LUIS EDUARDO

2004 “Aspectos económicos del vivir transnacional”, en Ángeles Escrivá y Natalia Ribas (coords) *Migración y Desarrollo. Estudios sobre prácticas transnacionales en España*, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Instituto de Estudios Sociales de Andalucía, Córdoba, España, pp. 12-47.

LACOMBA, JOAN

2001 “Inmigrantes senegaleses, Islam y cofradías”, en *Revista Internacional de Sociología*, 29. CSIC, España, pp. 163-187.

LATOUCHE, SERGE

2007 *La otra África. Autogestión y apañeo frente al mercado global*; Ed. Oozebap, Barcelona, España.

MORENO, ISIDORO

1991 “Identidades y rituales”, en Joan Prat, Ubaldo Martínez, Jesús Contreras, Isidoro Moreno (Eds) *Antropología de los Pueblos de España*; Taurus Ediciones, Madrid, España, pp. 793-814.

MORENO MAESTRO, SUSANA

2005 “La Cofradía Mouride en la emigración senegalesa: ¿agente de desarrollo?”, en Pablo Palenzuela y Juan Carlos Gimeno (coords), *Culturas y desarrollo en el marco de la globalización capitalista*, Fundación El Monte, Sevilla, España, pp. 199-216.

MORENO MAESTRO, SUSANA

2006 *Aquí y Allí, viviendo en los dos lados. Los senegaleses de Sevilla, una comunidad transnacional*; Dirección General de Coordinación de Políticas Migratorias, Consejería de Gobernación de la Junta de Andalucía, Sevilla, España.

MORENO MAESTRO, SUSANA

2008 “Mujeres senegalesas y economía informal en Sevilla. Repercusiones en los roles de género”, en *Actas I Congreso Internacional sobre Género, Trabajo y Economía Informal*, Universidad Miguel Hernández, Elche, España, pp. 26-49.

MORENO MAESTRO, SUSANA

2009 “Sentimientos de pertenencia, identidad cultural y participación social de los senegaleses en Sevilla”, en *Hibridación y transculturalidad en los modos de habitación contemporánea. El territorio andaluz como matriz receptiva*, Consejería de Vivienda y Ordenación del Territorio, Junta de Andalucía, Sevilla, España, pp. 85-92.

OIT

2002, *Conferencia General*, 90ª sesión.

PORTES, ALEJANDRO, GUARNIZO, LUIS EDUARDO Y LANDOLT, PATRICIA

1999 “The study of transnationalism: pitfalls and promise of an emergent research field”, vol. 22, *Ethnic and Racial Studies*, pp.217-237.

ROSANDERS, EVA EVERS

2000 “Money, Marriage and Religion: Senegalese Women in Tenerife, Spain”, en Salter, T. y King, K. (eds.), *Africa, Islam and Development: Islam and Development in Africa–African Islam*, African Development, Centre of African Studies, Edinburgh, Escocia, pp. 167-191.

SECK, ALIOUNE

2004 *Le role du capital des modu–modu dans le champ du changement social dans un contexte de decentralisation: le cas de la zone de Kebemer*, Université Gaston Berger, Saint Louis, Senegal.

SOW, PAPA

2004 “Prácticas comerciales transnacionales y espacios de acción de los senegaleses en España”, en Ángeles Escrivá y Natalia Ribas, N. (coords) *Migración y Desarrollo. Estudios sobre prácticas transnacionales en España*, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, Instituto de Estudios Sociales de Andalucía, Córdoba, España, pp. 235-254.

VV.AA.

2006, *Transformación cultural e identitaria del paisaje económico andaluz: emprendedores étnicos y redes sociales*; Centro de Estudios Andaluces, Sevilla, España.