

Inmigración internacional y emprendimiento en áreas rurales de España: Dinamismo económico y movilidades en pueblos pequeños del Empordà, Cataluña

International immigration and entrepreneurship in Spanish rural areas: Economic dynamism and mobilities in small villages of Empordà, Catalonia

Cristóbal Mendoza,* Ricard Morén-Alegret** y Ruth McAreavey***

Recibido: 01/07/2020. Aprobado: 31/08/2020 Publicado (en línea): 13/11/2020

Resumen. Este artículo estudia los vínculos entre las economías locales, el emprendimiento y la inmigración en los municipios de menos de 500 habitantes de Alt Empordà, España. A partir de una metodología cualitativa, analiza la incorporación económica de los empresarios inmigrantes y compara sus puntos de vista sobre los mercados laborales con los de los empresarios nativos. Se considera la manera cómo contribuyen los empresarios inmigrantes a las economías locales y al tejido social de los micropueblos del Alt Empordà y hasta qué punto las empresas que crean estos inmigrantes siguen una lógica de beneficio económico (o responden a otros criterios, como una mejor calidad de vida). Los empresarios inmigrantes entrevistados, procedentes del norte y centro de Europa, cuentan con un perfil altamente calificado y cubren un nicho particular laboral no cubierto por las personas autóctonas (p. ej., servicios orientados a la cultura). Su éxito empresarial se basa en parte en sus capacidades para crear redes sociales locales, las cuales no solo son necesarias para el desarrollo empresarial, sino también una fuente de bienestar. No obstante, los inmigrantes poseen otras formas de capital, además del social (por ejemplo, capital humano o económico), que les permite poder escoger un cierto estilo

de vida y negocio que quizá no estén disponibles para todos los residentes en el área. De esta forma, los inmigrantes pueden crear negocios innovadores que, aunque modestos en términos financieros, pueden estimular el desarrollo rural.

Palabras clave: empresariado inmigrante, migración calificada, redes sociales, áreas rurales, España.

Abstract. The dynamism and survival of economic activities in rural areas are true challenges in Europe. Frequently, these areas record depopulation and aging processes; processes that, in turn, exacerbate the economic and environmental vulnerability of these territories. Moreover, as older people give up economic activities and are not replaced by younger populations, many rural municipalities enter an economic stagnation phase. As a result, international immigration has become a key source of economic development. The role of immigrants in stopping (or at least slowing down) depopulation in rural European areas has been widely recognized in the scientific literature. In fact, the arrival of immigrants in rural areas has been a core element of agricultural restruc-

* Dpto. de Sociología, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa. Av. San Rafael Atlixco 186, Col. Vicentina, Iztapalapa 09340, Ciudad de México, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8694-6830>. Correo-e: cmp@xanum.uam.mx

** Departamento de Geografía, Universidad Autónoma de Barcelona. Campus de Bellaterra, 08193-Cerdanyola del Vallès (Barcelona), España. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1581-7131>. Correo-e: ricard.moren@uab.cat

*** Dpt. of Sociology, Newcastle University. Room 2.01, 18 Windsor Terrace, Newcastle NE1 7RU, Gran Bretaña. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9929-4461>. Correo-e: ruth.mcareavey@newcastle.ac.uk

turing in Europe. In this context, this article examines the relationships between local economies, entrepreneurship and immigration in municipalities with less than 500 inhabitants in the Alt Empordà region, Spain. Specifically, the article analyzes the economic integration of immigrant entrepreneurs in Alt Empordà and compares their views and practices in local labor markets with those of native entrepreneurs. The following specific research questions are put forward: How do immigrant entrepreneurs contribute to the local economies and social fabric of the small towns of Alt Empordà? To what extent do the companies created by these immigrants follow an economic benefit logic (or, on the contrary, respond to other criteria, such as the search for a better quality of life)? Are immigrant entrepreneurship ideas original and innovative, or do they differ substantially from those of non-immigrant entrepreneurs?

This article is part of a larger project carried out by the Universidad Autònoma de Barcelona (Autonomous University of Barcelona; UAB) on immigration and economic development in the Catalonia micro-towns, supported by the RECERCAIXA Program (an initiative of the Catalan Association of Public Universities and CaixaBank). This project used a multi-local research based on pre-selected case studies; qualitative methods were used, supplemented with official statistical information. For this article in particular, 12 semi-structured interviews were conducted with immigrants, entrepreneurs, or self-employed persons, born abroad (all were from other countries of the European Union) that had lived for at least one year in municipalities with less than 500 inhabitants of the Alt Empordà region (Girona). This information was supplemented by additional interviews with key informants from the region. Particularly, a total of 12 Spanish entrepreneurs were interviewed, most

of them native of the study area (nine out of 12), as well as seven mayors of micro-towns of Alt Empordà.

The immigrants interviewed are multilingual and highly qualified, allowing them to leverage the economic opportunities of the Alt Empordà labor markets and thus occupy specific niches in local economies that are not filled by local inhabitants. A noteworthy finding is that these immigrants consider that culture, nature, and landscape have an intrinsic (economic) value. In fact, their appreciation of local resources is sometimes a major driver to settle in rural areas. Our research suggests that immigrant entrepreneurs have the ability to re-conceive and rethink the local culture and nature as potential business areas, and recognize unexplored economic opportunities. The entrepreneurs interviewed also acknowledge the relevance of personal networks to the success of their businesses and as sources of well-being (networks involve both long-distance meetings and face-to-face relationships, as well as Internet contacts). Given their small size, some towns seem better prepared than cities to develop this kind of personal ties, influencing businesses that are strongly rooted in rural environments. It should be noted that immigrants have other modalities of capital, in addition to social capital (e.g., human or economic capital), allowing them to choose a certain lifestyle and business that may not be available to all residents in the area. This range of available capital contributes to create new types of innovative businesses that, although not large in financial terms or staff hired, can stimulate cross-linked rural development and help strengthen values related to sustainability, community and sense of belonging.

Keywords: immigrant entrepreneurship, qualified migration, social networks, rural areas, Spain

INTRODUCCIÓN

Actualmente, es habitual que pueblos pequeños y áreas rurales formen parte de complejos sistemas de relaciones a diferentes escalas, hecho que evoca lo que geógrafos como Milton Santos (1996) sugerían hace unos años para ciudades y áreas metropolitanas: conjuntos de relaciones sociales y económicas locales que forman parte de entramados múltiples, a escalas nacional o global (Neve, 2008). Entre estos conjuntos relacionales se incluye una variedad de relaciones vinculadas a la emigración y la inmigración internacionales en zonas rurales (Ávila Sánchez, 2015). En este contexto, el desarrollo local es un desafío real en muchas áreas rurales europeas y otras partes del mundo que, de forma frecuente, registran procesos de despoblación y envejecimiento; procesos que, a su vez, agudizan la vulnerabilidad económica y ambiental de esos territorios (González-Hidalgo,

Otero y Kallis, 2014; Camarero y Sampedro, 2019). Es más, a medida que las personas de edad avanzada abandonan la actividad económica y no son sustituidas por población más joven, muchos municipios rurales entran en una fase de estancamiento económico (Amcoff y Westholm 2007; Thissen, Fortuijn, Strijker y Haartsen, 2010).

En este contexto, la inmigración internacional se posiciona como una fuente de desarrollo económico. El papel de los inmigrantes para detener (o al menos ralentizar) la despoblación en las áreas rurales europeas ha sido reconocido tanto por algunos académicos como por algunas instituciones políticas (Bayona-i-Carrasco y Gil-Alonso, 2013; Morén-Alegret, 2008; McAreavey y Argent, 2018; Latek 2019). De hecho, la llegada de inmigrantes a las zonas rurales ha sido una parte fundamental de la reestructuración agrícola en Europa (véase, por ejemplo, Rye y Scott, 2018). No obstante, la con-

tribución de estos inmigrantes agrícolas, en muchos casos temporeros, al desarrollo económico de estas áreas no solo con su aportación de fuerza laboral, sino como consumidores, es poco percibida por la población autóctona (Hoggart y Mendoza, 1999).

De hecho, en la literatura científica no se ha investigado lo suficiente el capital humano y social de los inmigrantes en áreas rurales (Hedlund, Carson, Eimermann y Lundmark, 2017; Carson, Carson y Eimermann, 2018), aunque estudios de caso europeos han observado recientemente que los emprendedores inmigrantes han sido claves en la creación e introducción de productos innovadores en nichos de mercado muy concretos poco explorados en estas zonas. Estos emprendedores, de esta forma, estimulan el desarrollo local y ayudan a fortalecer los valores relacionados con la sostenibilidad, la comunidad y el sentido de lugar (Yeasmin, 2016; Munkejord, 2017). Otros estudios sugieren que los inmigrantes muestran una sensibilidad diferente a la hora de valorar los recursos locales, culturales o paisajísticos, que, de hecho, pueden ser la razón de su llegada al “campo” (Bartoš, Kušová y Těšitel, 2009; Iversen y Jacobsen, 2017). De esta forma, los inmigrantes tendrían el potencial de imaginar la cultura local, el paisaje y la naturaleza como posibles productos turísticos, así como para reconocer oportunidades de negocio que los habitantes nacidos en el lugar podrían obviar (Ateljevic y Doorne, 2000; Bosworth y Farrell, 2011; Mattsson y Cassel, 2019).

Entre estos empresarios inmigrantes, la literatura ha identificado un grupo con características concretas: los inmigrantes por estilo de vida (*lifestyle immigrants*), individuos de todas las edades con una situación económica holgada, cuyo objetivo, a la hora de migrar, consiste en buscar una mayor satisfacción personal y así obtener una mejor calidad de vida (Benson y O’Reilly, 2009; Benson y Osbaldiston, 2014). Entre los inmigrantes de mayor edad, después de la jubilación, se ha observado procesos de reincorporación al mercado laboral en los países de destino (Eimermann y Kordel, 2018). Estos inmigrantes, a menudo optan por el trabajo por cuenta propia, porque prefieren no depender de terceros y mantener un equilibrio aceptable entre las esferas personal y laboral, como parte de esa nueva vida que anhelaban (Stone y Stubbs, 2007;

Carson *et al.*, 2018). Es importante destacar que las actividades empresariales desarrolladas por estos inmigrantes no suelen estar relacionadas con sus carreras anteriores (Hoey, 2005) y que las empresas que crean, en general, son reducidas tanto en tamaño como en financiamiento, por temor a que un negocio excesivamente exitoso pueda perturbar el equilibrio ideal entre vida laboral y personal (Benson y O’Reilly, 2009). Todo ello puede provocar que estas empresas tengan un impacto limitado en el desarrollo económico local y generen pocas ofertas de empleo (Carson y Carson, 2018). De hecho, se ha apuntado que estos empresarios carecen de una estrategia de negocio a futuro y que, en parte por ello, son reacios a emplear trabajadores más allá de la familia y los amigos cercanos (Müller y Jansson, 2007).

La literatura sobre migración por estilo de vida también ha revelado que los inmigrantes empresarios tienen el potencial de establecer redes entre sus antiguos países de origen y sus nuevos destinos (Stam, 2010; Carson *et al.*, 2018), lo cual iría en la línea de lo que apunta el llamado “enfoque culturalista”, dentro de los estudios sobre emprendimiento étnico. Este enfoque reconoce que los valores, los patrones de comportamiento, los recursos colectivos y las estrategias de adaptación son elementos fundamentales para entender la capacidad de autoemplearse de los inmigrantes (Rath y Kloosterman, 2000; Zhou, 2004). Esta literatura subraya el papel de las redes forjadas dentro de la comunidad inmigrante a la hora de entender patrones de emprendimiento, de tal forma que el acceso a las redes sociales está relacionado con la solidaridad “étnica”, basada, a su vez, en las expectativas de apoyo mutuo entre sus miembros que comparten rasgos culturales comunes (Faist, 2000; Sommer y Gamper, 2017).

Sin embargo, apenas se ha estudiado la capacidad de los empresarios inmigrantes para crear redes y relaciones sociales en las sociedades rurales de acogida. En general, existe un sesgo hacia estudios sobre emprendimiento en lugares urbanos (Prada Trigo, 2015). De hecho, en el caso de las zonas rurales europeas, los inmigrantes incluso serían “bienvenidos” en áreas que sufren problemas crónicos de despoblación y estancamiento económico (Kordel y Pohle, 2018), particularmente cuando se

trata de inmigrantes procedentes de otros países de la Unión Europea. En este sentido, la teoría sobre la “estructura de oportunidades” en las sociedades de destino, propuesta por Aldrich y Waldinger (1990) y más tarde desarrollada por Rath y Kloosterman (2000), parece un buen punto de partida para el estudio de los inmigrantes empresarios en zonas rurales. A partir de la teoría de estos autores, tanto el nivel de la estructura de oportunidades locales como las características específicas de los empresarios individuales, combinadas, sirven para entender el emprendimiento empresarial inmigrante. De hecho, el entorno rural podría convertirse en un medio innovador, especialmente favorable para las pequeñas empresas (García Marchante, Vázquez Varela, Aparicio Guerrero y Martínez Navarro, 2007; Stathopoulou, Psaltopoulos y Skuras, 2004), y para las iniciativas de los empresarios inmigrantes, quizá innovadoras con respecto a la naturaleza y la cultura local que, en algunos casos, se traducirían en productos o marcas turísticas (Carson, Cleary, De la Barre, Eimermann y Marjavaara, 2016; Mattsson y Cassel, 2019).

En parte por el papel de los inmigrantes internacionales, se observan transformaciones significativas en las últimas décadas en el mundo rural europeo. En la medida en que se han hecho frente a los desafíos demográficos, y que la agricultura ha dejado de ser la fuente de empleo principal, otras actividades económicas han adquirido una mayor importancia, las cuales han contribuido, en algunos casos, a la sostenibilidad de las zonas rurales. De hecho, estas últimas ya no son sinónimo de agricultura, al menos en Europa (Boyle y Halfacree, 1998), de tal forma que el campo ha evolucionado hacia un espacio multifuncional, con un fuerte componente de consumo y preservación, a la par del tradicional papel como productor que ya no se reduce exclusivamente al sector primario. Este proceso hunde sus raíces en el movimiento neo-rural, compuesto mayormente por migrantes jóvenes de origen urbano que deciden residir en áreas rurales en una búsqueda de entornos poco contaminados y con calidad paisajística, en la convicción que la vida en el campo es mejor que en las ciudades (Halfacree, 2007). Esta transformación ha dado paso a procesos de gentrificación rural (véase, por ejemplo, Phillips, 2005) y a nuevos actores

con intereses a veces confrontados con la población local, quienes, en todo caso, han contribuido, de una forma u otra, a rediseñar lo que llamamos áreas rurales o “campo” (Marsden, Murdoch, Lowe y Ward, 2003; Woods, 2016).

En este contexto, el presente artículo estudia los vínculos entre las economías locales, el emprendimiento y la inmigración en la comarca del Alt Empordà, noreste de Cataluña, España, y se centra específicamente en pequeños pueblos o micropueblos, definidos como municipios de menos de 500 habitantes registrados. Este tipo de municipios escasamente poblados que mantienen alcaldías con poder de decisión política son frecuentes en países como Francia (*communes*) o España (municipios), pero no es común encontrarlos en otros países europeos (Cloke, 2013; Gosálvez, 2015). Concretamente, el documento analiza la incorporación económica de los empresarios inmigrantes en el Alt Empordà y compara sus puntos de vista y sus prácticas en los mercados laborales locales con los de los empresarios nativos. En concreto, este artículo plantea las siguientes preguntas de investigación: ¿de qué manera contribuyen los empresarios inmigrantes a las economías locales y al tejido social de los pequeños pueblos del Alt Empordà? ¿Hasta qué punto las empresas que crean estos inmigrantes siguen una lógica de beneficio económico (o, por el contrario, responden a otros criterios, como la búsqueda de una mejor calidad de vida)? ¿Las ideas sobre emprendimiento empresarial de los inmigrantes son originales e innovadoras, o difieren sustancialmente de los empresarios de origen no inmigrante?

METODOLOGÍA, MÉTODOS Y ÁREA DE ESTUDIO

Este artículo se centra en el empresariado inmigrante en la comarca del Alt Empordà (Girona, España) y se basa en un proyecto de investigación más amplio,¹ cuyo objetivo principal fue el estudio de la aportación de la inmigración nacida en el extranjero en los municipios de menos de 500 habitantes, los llamados “micropueblos”, en Cataluña. En este pro-

¹ Véase <http://atlantis.uab.cat/hamlets/es/index.html>

yecto se usó una investigación multi-local, a partir de estudios de caso preseleccionados, y se utilizaron métodos cualitativos, complementado con información estadística oficial. El proyecto se basa en trabajos epistemológicos anteriores y en la experiencia práctica previa en estudios sobre migraciones realizada por el equipo de investigación (por ejemplo, Kallis, Gómez-Baggethun y Zografos, 2013; Mendoza y Morén-Alegret, 2013).

En concreto, para este artículo, se realizaron 12 entrevistas semi-estructuradas con inmigrantes, empresarios o trabajadores por cuenta propia, nacidos en el extranjero que habían residido al menos durante un año en municipios de menos de 500 habitantes de la comarca de Alt Empordà (Girona). Respecto al perfil de las personas entrevistadas, todas son originarias de otros países de la Unión Europea, incluido el Reino Unido (miembro de la UE en el período del trabajo de campo) y realizaban alguna actividad empresarial o por cuenta propia en el momento de la entrevista. Esta información se complementó con otras entrevistas realizadas con informantes clave de la comarca nacidos en España. En concreto, se entrevistó a un total de 12 empresarios españoles, la mayoría originarios del área de estudio (nueve de los 12), así como a siete alcaldes o alcaldesas de micropueblos del Alt Empordà. Todos los entrevistados fueron seleccionados a través de la técnica de bola de nieve, a partir, en un primer momento, de los contactos previos del equipo de investigación en la comarca, así como a través de ayuntamientos y otras instituciones. El guión de entrevista se estructuró en tres grandes apartados: incorporación económica, inserción social y aspectos ambientales. Las entrevistas, que tuvieron una duración media de aproximadamente una hora, se realizaron, en función de la preferencia del entrevistado, en catalán, castellano o inglés en el lugar de elección del participante durante la primavera y verano de 2019. A la hora de transcribir las entrevistas, se utilizaron códigos y pseudónimos, para garantizar la confidencialidad de los entrevistados.

El material cualitativo se revisó a través del método de análisis de contenido en varias fases: 1) los códigos se definieron de acuerdo con las temáticas surgidas durante las entrevistas; 2) mediante el software libre MAXQDA se etiquetaron las entrevistas y

se agruparon los extractos de las mismas en diferentes temas; 3) se realizó una lectura y análisis sistemáticos de esta información para permitir la abstracción, de tal forma que se seleccionaron citas pertinentes para ilustrar las principales líneas de análisis.

Área de estudio

Como se comentó, el trabajo de campo se realizó en los municipios de menos de 500 habitantes del Alt Empordà, una comarca de Girona, noreste de Cataluña (Figura 1).

Para el conjunto de Cataluña, los 337 municipios con menos de 500 habitantes (micropueblos) representan más de un tercio del conjunto de municipios (36%) y del conjunto de la superficie territorial, pero solo el 1.1% de la población total de la región (Instituto Nacional de Estadística, 2018). La presencia de personas nacidas en el extranjero en los micropueblos de Cataluña es muy variada. Observamos desde municipios cuya presencia es nula o casi testimonial (1 o 2 personas nacidas en el extranjero) hasta municipios que presentan porcentajes parecidos a los de algunas grandes áreas urbanas catalanas y españolas (alrededor del 20% de la población, o incluso cifras superiores que pueden llegar a acercarse al 30% en algunos pocos casos). Territorialmente, los porcentajes más elevados de población nacida en el extranjero (>20%) se encuentran en comarcas de costa, como el Alt Empordà, y en algunas zonas del Pirineo cercanas a estaciones de esquí (Romagosa, Mendoza, Mójica y Morén Alegre, 2020).

El Alt Empordà destaca por ser la comarca con más micropueblos de Cataluña: veintinueve de sus municipios (el 40% del total) tienen menos de 500 habitantes empadronados, que suman 7755 habitantes, lo que representa el 5.2% de la población de la comarca (Instituto Nacional de Estadística, 2018). Otra característica es que en todos sus micropueblos reside población nacida en el extranjero. Según los datos del padrón continuo de población, el 44.4% de la población de los micropueblos del Alt Empordà no es nacida en el mismo municipio en el que reside y resalta, en este sentido, el 15.3% de inmigrantes internacionales (Instituto Nacional de Estadística, 2018). De estos últimos, que suman un total de 1190 residentes en micropueblos de la comarca, 493 (4 de cada 10) son originarios de países

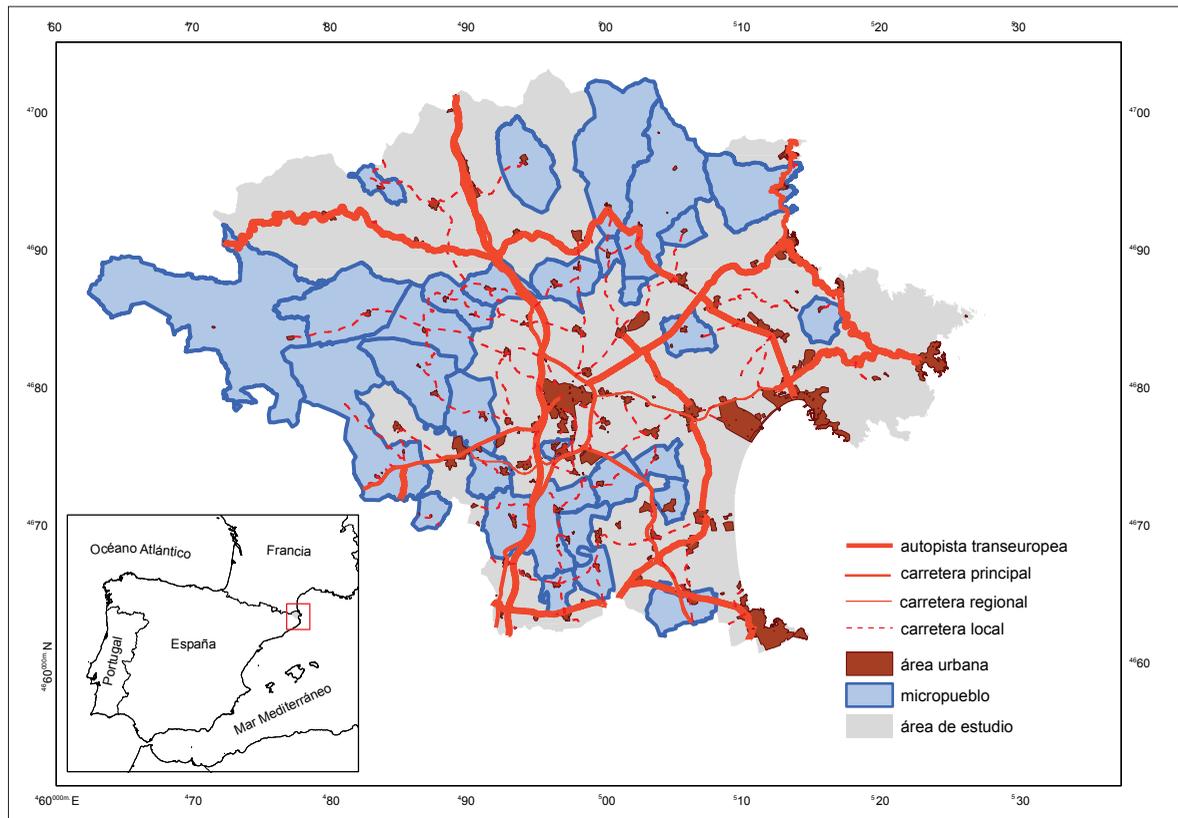


Figura 1. Área de estudio. Municipios de menos de 500 habitantes en la comarca del Alt Empordà (Girona, España). Fuente: Laia Mójica.

pertenecientes a la UE-25, es decir, de países cuyo perfil de inmigrante suele coincidir con el perfil del inmigrante por estilo de vida, asociado al turismo residencial y al modelo de emprendedor turístico. Los que más abundan son los nacidos en Francia (204), seguidos a mucha distancia de los procedentes del Reino Unido (67) y Alemania (52). Este perfil de inmigrantes supone el 6.4% de la población de los micropueblos de la comarca, siendo este porcentaje tres veces más elevado que la media para el conjunto de Cataluña (2.2%; Romagosa *et al.*, 2020).

La comarca del Alt Empordà es una de las regiones más ricas de España. Prueba de la vitalidad económica de la comarca es el hecho que la población ocupada aumentó prácticamente en un 50% en el período 1996-2011, al pasar de 36 068 a 53 228 ocupados (para el conjunto de Cataluña el aumento fue de 37.6%, Institut d'Estadística de

Catalunya, 2020a). En varios municipios de esta comarca, el desarrollo local depende de las inversiones extranjeras en bienes raíces, del gasto turístico y de empresas locales creadas por inmigrantes (Morén-Alegret y Wladyka, 2019). La comarca posee una ciudad de mediano tamaño que ofrece una variedad notable de servicios y equipamientos (Figueras), un área costera fuertemente especializada en turismo, donde se ubica la Costa Brava, y una zona interior relativamente grande, encuadrada por la cordillera de la Albera (la parte baja de los Pirineos al llegar al Mediterráneo) y compuesta por pequeños pueblos cuyas actividades económicas han pasado progresivamente de la agricultura a los servicios. En concreto, según los últimos datos disponibles del Censo Agrario, la superficie agraria utilizada (SAU) disminuyó en un 25% en diez años, de 85 676 ha. en 1999 a 63 835 en 2009 en la comarca (Institut d'Estadística de Catalunya, 2020b). La población

ocupada en la agricultura, por su parte, también disminuyó, aunque en menor medida: pasó del 8.4% en 1996 al 5.6% en 2011, de acuerdo con los datos del Censo de Población y Vivienda, aunque esta disminución se debería contextualizar en el aumento de la población ocupada para el conjunto de la comarca mencionado anteriormente (Institut d'Estadística de Catalunya, 2020a). Por último, el área está bien comunicada por carretera y tren tanto con el Área Metropolitana de Barcelona como con el sur de Francia (véase Figura 1).

INNOVACIÓN EN EL MEDIO RURAL: LA CONTRIBUCIÓN DE LOS EMPRESARIOS INMIGRANTES A LAS ECONOMÍAS DE LOS PUEBLOS

En la actualidad, el Alt Empordà es una comarca con una economía relativamente dinámica, próspera y diversificada (Fatorić, Morén-Alegret, Niven y Tan, 2017), que incluye tanto pueblos milenarios como urbanizaciones construidas en las últimas décadas. Sin embargo, el sector primario fue la principal actividad económica en los micropueblos de la zona de estudio hasta mediados de la década de 1980. La entrada de España en la Unión Europea y, en concreto, sus normas relativas a las cuotas de producción agrícola, cambió drásticamente el campo español (Aldomà, 2015). De hecho, según todos los entrevistados, la agricultura ya no es percibida como la principal actividad económica de la comarca. Los datos estadísticos oficiales de la superficie agraria utilizada (SAU) y la población ocupada en la agricultura en la comarca ofrecidos anteriormente confirman esta percepción. Es más, la supervivencia de la agricultura en España, así como en muchos otros países del sur de Europa, depende, en muchos casos, de los trabajadores inmigrantes internacionales (véase, por ejemplo, Hoggart y Mendoza, 1999; Rye y Scott, 2018) y recae en estrategias de diversificación económica de los miembros del hogar que pueden incluir el turismo rural (Tulla, 2019).

En este sentido, entre los entrevistados, es ilustrativo el caso de un empresario agrícola ya jubilado que decidió transformar parte de su casa en un alojamiento rural:

Tengo viñedos y olivos, y una casa rural (...) Tengo doce hectáreas. Los viñedos son la principal actividad económica. Somos miembros de la cooperativa desde su creación a principios del siglo XX. Mi abuelo fue uno de los miembros fundadores (...) Cuando nació el niño más pequeño, pensé que “dos familias no podrían vivir solo de la agricultura”, porque tenemos mucha tierra, pero la tierra no es suficiente. Luego construimos la casa rural (...) Mi hijo trabaja en el campo (...) En el pasado mi esposa solía ayudarme en el campo, aunque mi hija nunca lo ha hecho. Ella es bibliotecaria, y ahora está a cargo tanto de la casa rural como de mi nieto (...) En los viñedos, trabaja una persona del Senegal todo el año. (Hombre-75-España-jubilado-ex empresario)

Este fragmento de entrevista también señala el fenómeno de la inmigración asalariada en el campo, principalmente de origen africano y latinoamericano, en el noreste de Cataluña; inmigración que ya cuenta con varias décadas de historia (Hoggart y Mendoza, 1999; García Ballesteros, Jiménez Basco y Redondo González, 2009). De forma parecida a este entrevistado nacido en el Empordà, se expresan algunos otros inmigrantes, como es el caso de una empresaria joven italiana que produce vino ecológico con su marido español. Esta entrevistada decidió transformar un edificio vacío en una casa rural y renovar una bodega para establecer un punto de venta directa. Como en el caso anterior, la idea principal es la diversificación económica de cara a hacer más rentable el negocio familiar:

La casa, a la entrada de la finca, también nos pertenece. La reconstruimos con el fin de acomodar apartamentos turísticos, con una clara idea de diversificar actividades y riesgos. Cuando empezamos, pedimos financiación pública, pero no funcionó, y lo hicimos con nuestro propio dinero. También renovamos una bodega para poder vender directamente nuestros productos (Mujer-48-Italia-empresaria)

Esta entrevistada pone de manifiesto la interrelación que se da entre agricultura y turismo. En cierta manera, evidencia las trabas que encara la agricultura en la zona y la percepción de una excesiva burocracia a la hora de tramitar ayudas de la administración

pública. Ciertamente, se observa una transformación gradual hacia un campo multifuncional, en el que el turismo rural se considera, de forma creciente, como un componente más del desarrollo rural (Sharpley, 2006; Saxena y Ilbery, 2008). Así, como se puede apreciar en la Figura 2, existe una integración de algunos de estos negocios rurales tanto en el paisaje agrícola como en el entorno natural (por ejemplo, el Paraje Natural de Interés Natural de la Albera).

En consecuencia, la idea de un área rural multifuncional se concibe no solo como un espacio “para producir alimentos, sino también para conservar paisajes rurales, proteger la biodiversidad, generar empleo y contribuir a la viabilidad de las zonas rurales” (Potter y Burney, 2002, p. 35). Desde esta misma percepción, los inmigrantes internacionales desarrollan actividades económicas poco exploradas en el Alt Empordà (Morén-Alegret y Wladyka, 2019). En el caso concreto de nuestro trabajo de campo, algunos empresarios nacidos en el extranjero apuntaron durante las entrevistas que la naturaleza y el paisaje tenían un valor intrínseco, también desde el punto de vista económico, y un gran potencial. Incluso para algunos de ellos, la inmigración en el Alt

Empordà significa un “cambio de narrativa” en sus propias vidas. Por ejemplo, una persona de origen neerlandés, que inició actividades empresariales en el Alt Empordà después de su jubilación en su país de origen, explicó que la comarca era un lugar ideal para desarrollar su negocio enfocado en “coaching” empresarial:

Económicamente, lo que necesitamos es un cambio de narrativa. Mi empresa es de “coaching” empresarial. Enseñamos a la gente lo que realmente importa, valores, para que los puedan incorporar a sus empresas. El curso puede durar un año y pueden venir aquí personalmente o tomarlo vía videoconferencia. (Hombre-60-Países Bajos-trabajador autónomo)

Los inmigrantes entrevistados también identificaron oportunidades de negocio relacionadas con el medio ambiente y los recursos naturales e indicaron que se podrían dar mayores iniciativas económicas sostenibles, con un impacto claro en el desarrollo local de los micropueblos. Esta opinión no es tan común entre los entrevistados nacidos en España, que indican que el Paraje Natural Protegido de la Albera ofrece pocas actividades para la población



Figura 2. Casa de turismo rural en el pueblo de Espolla, con la Albera al fondo. Fuente: Ricard Morén-Alegret (2019).

local o de la región. Los inmigrantes nacidos en el extranjero, por el contrario, señalan que se podrían generar actividades de turismo rural que permitirían a los turistas conocer mejor el medio natural, como fue el caso de un empresario italiano dueño de un negocio de turismo rural, que incluye paseos equinos en el paraje natural, orientado principalmente a turistas alemanes:

Tengo una segunda actividad económica, paseos con burros. Lo hago con una chica [extranjera] que vive en un pueblo vecino. Nos conocimos hace unos meses. Ofrece paseos por las montañas de la Albera. La gente empieza la ruta en mi casa. El primer día es sólo una ruta circular para cuidar de los animales y acostumbrarse a ellos. Después, el verdadero paseo se dirige a las montañas durante seis días. También tiene rutas más cortas. Los clientes son principalmente alemanes, un 80% aproximadamente. (Hombre-60-Italia-empresario)

Este tipo de prácticas recuerdan las ideas de Bunce (2003) sobre el espacio rural, quien reconoce que las zonas rurales ayudan a satisfacer las necesidades espirituales básicas y que sus paisajes 'idílicos' podrían asociarse a ideas o recuerdos de nuestra memoria. Sin embargo, no todo es idílico en las zonas rurales, en particular en referencia a los servicios. Con referencia a la salud, por ejemplo, los servicios básicos están cubiertos, pero los más especializados, como hospitales, se concentran en ciudades medias o grandes. Además, el transporte público en el Alt Empordà es escaso, a pesar de contar con una red extensa de carreteras locales, de tal forma que algunos entrevistados, tanto inmigrantes como nativos, tienen una cierta sensación de aislamiento. De hecho, se puso de manifiesto que algunas personas de edad avanzada vendían su casa en los pequeños pueblos para comprar apartamentos en las ciudades y así estar más cerca de los servicios de salud. El siguiente extracto es de una mujer belga que compara los servicios asistenciales de la comarca con los de su país de origen:

En Bélgica, existe un autobús que lo llamas cuando lo necesitas. Es mucho mejor que una línea normal. Así es incluso más barato. Mi padre necesitaba ir al

médico todos los días, y tenía ese servicio. También se necesita una enfermera en nuestros pueblos, alguien que pueda ir a casa. Aquí prácticamente todas las personas pagan una enfermera. Una enfermera gratuita pagada con dinero público no es un servicio para todos; es sólo para los pobres. Tuve un accidente y no pude salir de casa por un tiempo. Pedí una enfermera al Ayuntamiento y me pidieron el salario. Su respuesta fue que el servicio está restringido a las personas de escasos recursos. Pero, ¿una enfermera no es un lujo! (Mujer-58-Bélgica-trabajadora por cuenta propia)

Además de las ventajas, en las entrevistas también se identificó la dificultad que representa a veces vivir en micropueblos. Una entrevistada británica señaló algunos de los desafíos para desarrollar un negocio respetuoso con el medio ambiente en las montañas de la Albera y los relacionó con la falta de visión de largo alcance por parte de residentes nacidos en la comarca:

Diseñaría un camino verde que conectaría todos los municipios de la zona de Albera y llegaría al mar (...) De hecho, estas vías ya existen, pero ya no están en uso. Las protegería de los intereses privados. (...) Nadie parece estar interesado en una iniciativa como esta. De hecho, se podrían alquilar bicicletas en los pueblos, y las tiendas también se beneficiarían de esta vía. Este es el tipo de turismo que necesitamos, vinculado al medio ambiente que lo valore, lo cuide. La gente del norte de Europa, de entornos muy urbanizados, apreciaría este tipo de iniciativa (...) Las iniciativas procedentes de los municipios son muy limitadas, restringidas al mantenimiento de calles y la recogida de basura. La gente de los pueblos no ve más allá de sus intereses limitados. (Mujer-58-Gran Bretaña-trabajadora por cuenta propia)

Esta entrevistada, como otros emprendedores inmigrantes, tiene la percepción del gran potencial del turismo rural sustentable para la economía de los micropueblos del Alt Empordà. Esta comarca de hecho ya cuenta con numerosos establecimientos de turismo rural (véase Figura 3), pero hay pocas iniciativas relacionadas con excursiones o paseos, donde se pueda apreciar mejor el pai-



Figura 3. Señales de carretera sobre la ruta vinícola y negocios de turismo rural en Cistella Fuente: Ricard Morén-Alegret (2017).

saje, en línea con lo propuesto en el Pacto Verde Europeo que actualmente desarrolla la Unión Europea.²

Sin embargo, las tensiones entre la economía (particularmente algunos actores económicos locales) y el medio ambiente (Morén-Alegret, Fatorić, Wladyka, Mas y Fonseca, 2018) limitan de forma notable la capacidad de acción de las autoridades públicas a la hora de crear nuevas áreas naturales protegidas (también en los micropueblos), dado que todavía se perciben algunas normativas ambientales como una limitación al desarrollo económico.

NEGOCIOS, REDES SOCIALES Y TERRITORIO

Las redes sociales virtuales promovidas a través de internet (como Twitter, Instagram o Facebook) pueden contribuir a cierto desarrollo rural gracias a múltiples contactos desde una variedad de lugares (Murdoch, 2000; Galperin, 2005). En este rubro, algunos entrevistados manifestaron los problemas de conexión que había en los micropueblos y, como

ello, dificultaba sus tareas profesionales. Estas afirmaciones recuerdan la dualidad en torno a las redes que estableció Milton Santos (2000), quien subrayó la relevancia de la materialidad de las redes, en el sentido que el soporte físico de las redes es necesario para una conectividad eficiente, en contraste con la abstracción que significa las redes virtuales que implica, según el autor, una falta de control por parte de los gobiernos. En este sentido, a pesar de vivir en un mundo cada vez más conectado, existen lugares que paradójicamente están cada vez más aislados, porque su conectividad no es rentable para las grandes empresas, como algunos alcaldes de la comarca nos expresaron en entrevista. Sin embargo, hay otras redes más importantes que las redes virtuales a la hora de entender la inmigración rural: las redes sociales asentadas presencialmente en pueblos y comarcas concretas que se convierten a veces en relaciones humanas a largo plazo (Bauman, 2003; Morén-Alegret, 2011). En realidad, una variedad de inmigrantes entrevistados adujo razones de carácter familiar para explicar la razón por la cual vivían en su municipio de residencia.

El papel de las redes personales para la creación y consolidación de empresas en zonas rurales también se ha abordado en la literatura académica (por ejemplo, Stathopoulou, *et al.*, 2004; Esparcia, Escribano

² Ver: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en

y Serrano, 2015). En el caso del sur de Europa, esta literatura se ha enfocado en la pertinencia al territorio (y sus vínculos históricos y culturales) para articular estrategias económicas exitosas basadas en pequeñas empresas familiares (por ejemplo, Esparcia, 2017). Este tejido económico y social de base territorial es esencial para prevenir la despoblación y el estancamiento económico. Durante nuestro trabajo de campo notamos la relevancia de estos vínculos sociales, basados en relaciones personales y en la confianza, tanto en actividades agrícolas y turísticas como en las sinergias creadas entre estos dos sectores económicos. Para algunos entrevistados, el campo parece un mejor “entorno” para el desarrollo de relaciones personales que las ciudades:

Nuestro nicho de mercado es diferente, porque producimos vino ecológico. Guardamos el vino [en barricas] para el año siguiente, para obtener un sabor más suave (...) Hay dos circuitos económicos para el vino: el orientado al mercado y el no convencional. Este último está basado en amigos y conocidos (...) Los restaurantes locales nos conocen... Creo que tenemos una buena posición en el mercado. ¡Vendimos casi todo lo que producimos el año pasado en sólo un mes! (Mujer-28-Países Bajos-empresaria)

De modo parecido, un empresario de origen alemán desde su llegada a España ha participado en una variedad de negocios rurales:

Empecé con árboles frutales y una pequeña granja hace 30 años en este pedazo de tierra que ves. Lo compré con todos mis ahorros. Empezamos de cero. Los gansos fueron porque un conocido abrió una fábrica de paté y foie-gras. Más tarde, conocí a alguien que me habló de un programa alemán para jóvenes con problemas de adaptación social. El programa consistía en enviar a estos jóvenes a zonas aisladas para ayudarles a reintegrarse en la sociedad... Lo hice durante 10 años. El gobierno alemán pagaba muy bien. Con los ahorros, construí apartamentos turísticos y tuve este negocio durante casi 10 años, pero ya tuve suficiente. En este momento, alquilo los apartamentos a amigos todo el año... Es más fácil para mí y ciertamente menos problemático. (Hombre-66-Alemania-ex empresario-jubilado).

Las relaciones y redes personales han sido fundamentales para incrementar las opciones económicas y de negocio de esta persona a lo largo de su vida. Nuestra investigación sugiere que, en este aspecto concreto, no hay diferencias destacables entre la población nacida en España y los procedentes de otros países, ya que, en ambos casos, el uso de redes y relaciones locales son el núcleo del éxito empresarial. El siguiente ejemplo es de un empresario agrícola nacido en el Alt Empordà, quien también explica los cambios de las actividades agrícolas a través del tiempo y como las relaciones personales juegan un papel fundamental:

Antes teníamos vacas, pero, después de la entrada en la UE y las cuotas, decidimos cultivar verdura fresca y montamos una granja de patos. Compramos un camión y, en aquella época, teníamos trabajadores de temporada. Decidimos asociarnos con una cooperativa francesa [ubicada en el vecino departamento de *Pyrenées Orientales*]. Pero el mercado de la verdura fresca decayó en la década de los noventa porque, cada vez más, los clientes preferían alimentos preparados, y optamos por tener más patos. Los vendemos vivos a una fábrica local que trabaja productos derivados del pato. El dueño de la fábrica y yo hemos sido amigos durante siglos... Con la verdura, solíamos tener entre diez y doce trabajadores, y ahora sólo dos. (Hombre-76-España-ex empresario-jubilado)

A ese respecto, para algunos entrevistados, los negocios, la amistad y la vida social están íntimamente relacionados. Incluso, para algunos inmigrantes entrevistados, son aspectos que se valoraron a la hora de decidir vivir en España. Por ejemplo, una entrevistada mencionó que, a pesar de tener muchas opciones de trabajo en varios países, optó por España y, en concreto, por el Alt Empordà debido a su apertura social:

Hemos trabajado en bodegas de todo el mundo: Sudáfrica, Australia, Chile y España. Nos gusta mucho España... Descubrimos que los españoles eran más abiertos. Tampoco está lejos de Holanda. Podemos ver a nuestros amigos (...) Aquí, en España, pensamos en la región específica y decidimos

quedarnos en el Empordà. Nos encanta, por su gran gastronomía. También está cerca del mar y no hay muchos productores ecológicos. (Mujer-28-Países Bajos-empresaria)

Esta entrevistada revela que las relaciones y redes sociales no son sólo básicas para tener éxito en los negocios, sino también para lograr una cierta calidad de vida. El mensaje general que se desprende de las entrevistas es que las redes sociales y la incorporación social son aspectos clave para el desarrollo/éxito de las empresas de la zona, en línea con la literatura sobre empresariado étnico. Sin embargo, a diferencia de esta literatura que subraya la importancia de las redes forjadas en el seno de las comunidades étnicas, las redes sociales que establecen nuestros entrevistados rara vez se basan en vínculos con otros inmigrantes del mismo origen, sino que son con la población originaria de la comarca (o inmigrantes de otros orígenes). De esta forma, las redes sociales de los empresarios inmigrantes se construyen/amplían a través de una serie de canales formales e informales, que pueden ser, en parte, debido a su condición de extranjeros “bienvenidos”. Este “estereotipo positivo” puede tener un claro impacto a la hora de conseguir contactos relevantes, especialmente en zonas con una larga tradición turística como el Alt Empordà, donde es común que una parte de la población nacida allí hable inglés, francés o alemán (Morén-Alegret y Wladyka, 2019), además de español y catalán.

Los inmigrantes procedentes del norte y centro de Europa responden a un perfil más calificado que otros inmigrantes de la zona, que trabajan principalmente en la agricultura y por lo general son originarios de países del este de Europa o África (Hoggart y Mendoza, 1999). Además de responder a otro perfil profesional, algunos inmigrantes entrevistados cubren un nicho particular en las economías de los municipios del Alt Empordà, dado que ofrecen una variedad de servicios orientados a la cultura y aprovechan así las oportunidades de negocio en la comarca. Ello recuerda el concepto de “estructura de oportunidades” de la literatura de migraciones (Rath y Kloosterman 2000; Kloosterman, 2010), en el sentido que las características específicas de los empresarios inmigrantes individuales se combinan

con las oportunidades del mercado laboral local, pero también recuerda que el mundo rural ofrece un entorno innovador y emprendedor para pequeñas empresas (Stathopoulou, *et al.*, 2004).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En este artículo se examinaron los vínculos entre la economía rural, el emprendimiento y la inmigración. Con los resultados se definieron dos líneas de análisis: la primera se centra en el tipo de actividades empresariales desarrollados por los inmigrantes en la región, y en particular el papel de las redes sociales y económicas; la segunda gira en torno a las diferencias de criterio y opinión entre empresarios inmigrantes y no inmigrantes. Los inmigrantes entrevistados, procedentes del norte y centro de Europa, cuentan con un perfil altamente cualificado, lo que les permite aprovechar las oportunidades económicas de los mercados laborales locales del Alt Empordà y, de esta forma, ocupar un nicho particular en las economías locales, no cubierto por las personas autóctonas (Morén-Alegret y Wladyka, 2019). De especial relevancia es el hecho que algunos entrevistados nacidos en el extranjero consideran que la cultura, la naturaleza y el paisaje tienen un valor (económico) intrínseco. De hecho, su apreciación de los recursos locales es a veces una motivación importante para residir en zonas rurales (Bartoš *et al.*, 2009; Iversen y Jacobsen, 2017). Sin embargo, esta perspectiva no es del todo compartida por los residentes no inmigrantes que parecen más reacios a entender la naturaleza y el paisaje en estos términos, a la vez crematísticos e idílicos. Para algunos empresarios inmigrantes, incluso, su nuevo país de residencia significa un cambio de ‘narrativa’ personal.

Los empresarios entrevistados, al margen de su origen, reconocen implícitamente la relevancia de las redes personales para el éxito de sus negocios y como una fuente de bienestar (redes que implican encuentros y relaciones presenciales de largo recorrido además de contactos por Internet). Investigaciones anteriores habían puesto de relieve la importancia de las redes en el seno de las comunidades de origen, en el caso de los empresarios inmigrantes, particularmente

en entornos urbanos. A diferencia de esta literatura, nuestra investigación identifica la relevancia de las redes tejidas en la sociedad rural de destino por parte de algunos inmigrantes. Dada su pequeño tamaño, algunos pueblos parecen estar mejor preparados que las ciudades grandes para desarrollar este tipo de lazos personales que eventualmente inciden en negocios fuertemente enraizados en los entornos rurales (Stathopoulou, *et al.*, 2004; Esparcia, *et al.*, 2015; Esparcia, 2017). Cabría destacar que los inmigrantes en nuestro estudio poseen otras formas de capital, además del social (por ejemplo, capital humano o económico), que les permite elegir un cierto estilo de vida y negocio que quizá no estén disponibles para todos los residentes en el área. Esta variedad de capitales disponibles ayuda a la creación de nuevos tipos de negocios innovadores que, aunque no sean grandes en términos financieros o personal contratado, pueden estimular el desarrollo rural reticular, así como ayudar a fortalecer los valores relativos a la sostenibilidad, la comunidad y el sentido de lugar (Ateljevic y Doorne, 2000).

Como reflexión final, nuestra investigación sugiere que algunos empresarios inmigrantes tienen el potencial de re-imaginar y repensar la cultura y la naturaleza locales como posibles productos de negocio (véase también Bosworth y Farrell, 2011; Mattsson y Cassel, 2019), así como reconocer oportunidades económicas que podrían pasar desapercibidas entre los autóctonos a través de ejemplos que recuerdan el concepto de la 'glocalización' (Verstappen, 2009). En este sentido, las entrevistas revelaron cómo los empresarios inmigrantes residentes en el Empordà participan en conjuntos de relaciones sociales y económicas locales que forman parte de entramados múltiples, a escalas nacional o/y global (Neve, 2008; Santos, 1996).

En marzo de 2020, seis meses más tarde de que finalizara el trabajo de campo, el gobierno español decretó el estado de alarma para encarar la crisis sanitaria del COVID-19, a partir de la experiencia de algunos países asiáticos e Italia. Entre otras medidas, el decreto incluyó el cierre de las fronteras internacionales y duras restricciones a la movilidad interna, con un impacto negativo directo en el turismo. Aunque el estado de alarma se derogó a finales de junio, y con ello las restricciones a la movilidad interna,

diversos países europeos han ido sucesivamente restringiendo los desplazamientos hacia y desde España, lo cual incluye desde cuarentenas forzosas a la prohibición expresa a viajar al país. Aunque no haya estudios científicos sobre el impacto del COVID en la inmigración, y particularmente en los negocios emprendidos por inmigrantes, alguna evidencia se puede recabar de una búsqueda en internet y así, por ejemplo, en el fórum de inmigrantes británicos en España, un empresario se expresó en estos términos sobre el futuro de su negocio en abril 2020: "Dirijo un negocio local y no puedo solicitar ninguna ayuda del gobierno español, a menos que cierre la empresa. Estoy preocupado de que las escuelas estén cerradas hasta septiembre. Será muy difícil recuperarse y volver a trabajar, incluso si tengo clientes".³ Sin embargo, hay también evidencias de que durante el verano de 2020 el turismo rural y otras actividades relacionadas han disfrutado de un aumento destacado en Cataluña, incluidos los micropueblos del Alt Empordà, gracias a un aumento del turismo interno catalán y español,⁴ así como, en menor medida, francés (llegado por carretera)⁵ u holandés y belga llegado vía el aeropuerto de Girona.⁶ En este sentido, una pregunta pertinente de investigación que quedará para futuros proyectos de investigación consiste en plantearnos cómo la crisis actual derivada del COVID-19 (y del inminente Brexit relevante especialmente para los residentes británicos) podría afectar a los empresarios inmigrantes en áreas fronterizas del sur de Europa, como Alt Empordà colindante con el sur de Francia.

³ Véase <http://www.bremaininspain.com/articles/bremain-members-in-lockdown/>

⁴ Véase las siguientes noticias al respecto: por un lado, <https://revistabaixemporda.cat/les-cases-de-turisme-rural-gironines-allargaran-la-temporada-destiu-fins-a-loctubre-per-la-forta-demanda-que-tenen/> y, por otro lado, <https://www.emporda.info/economia/2020/06/17/visitant-local-menys-despesa-preferencia/467946.html>

⁵ Véase el siguiente artículo sobre la actividad comercial de los pueblos fronterizos: <https://www.diaridegirona.cat/catalunya/2020/07/25/els-francesos-desplacen-als-comercos/1054403.html>

⁶ Véase: <https://www.diaridegirona.cat/comarques/2020/09/22/turisme-holandes-converteix-principal-usuari/1063759.html>

REFERENCIAS

- Aldomà, I. (2015). *Atles de la nova ruralitat*. (2ª ed.). Fundació Món Rural.
- Aldrich, H. y Walding, R. (1990). Ethnicity and entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 16(1), 111-135. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.16.080190.000551>
- Amcoff, J. y Westholm, E. (2007). Understanding rural change: Demography as a key to the future. *Futures*, 39(4), 363-379. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2006.08.009>
- Ateljevic, I. y Doorne, S. (2000). 'Staying within the fence': Lifestyle entrepreneurship in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5), 378-392. <https://doi.org/10.1080/09669580008667374>
- Ávila Sánchez, H. (2015). Tendencias recientes de los estudios de Geografía Rural. *Investigaciones Geográficas*, (88), 75-90. <https://doi.org/10.14350/ig.44603>
- Bartoš, M., Kušová, D. y Těšitel, J. (2009). Motivation and lifestyle of the Czech amenity migrants. *European Countryside*, 1(3), 164-179. <https://doi.org/10.2478/v10091-009-0014-4>
- Bauman, Z. (2003). *Liquid love: On the frailty of human bonds*. Polity Press.
- Bayona-i-Carrasco, J. y Gil-Alonso, F. (2013). Is foreign immigration the solution to rural depopulation?. *Sociologia Ruralis*, 53(1), 26-51. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2012.00577.x>
- Benson, M. y O'Reilly, K. (2009). Migration and the search for a better way of life. *Sociological Review*, 57(4), 608-625. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.2009.01864.x>
- Benson, M. y Osbaldiston, N. (Eds.). (2014). *Understanding lifestyle migration*. Palgrave Macmillan.
- Bosworth, G. y Farrell, H. (2011). Tourism entrepreneurs in Northumberland. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1474-1494. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.03.015>
- Boyle, P. y Halfacree, K. (Eds.). (1998). *Migration into rural areas: Theories and issues*. John Wiley y Sons.
- Bunce, M. (2003). Reproducing rural idylls. En P. Cloke P. (Ed.), *Country visions* (pp. 14-30). Pearson.
- Camarero, L. y Sampedro, R. (2019). Despoblación y ruralidad transnacional. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 19(1), 59-82. <https://doi.org/10.7201/earn.2019.01.04>
- Carson, D.A. y Carson, D.B. (2018). International lifestyle immigrants and their contributions to rural tourism innovation. *Journal of Rural Studies*, (64), 230-240. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2017.08.004>
- Carson, D.A., Carson, D.B. y Eimermann, M. (2018). International winter tourism entrepreneurs in northern Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18 (2), 183-198. <https://doi.org/10.1080/15022250.2017.1339503>
- Carson, D., Cleary, J., De la Barre, S., Eimermann, M. y Marjavaara, R. (2016). New mobilities. New economies?. En A. Taylor, D.B. Carson, P.C. Ensign, L. Huskey, R.O. Rasmussen y G. Saxinger, G. (Eds.), *Settlements at the Edge* (pp. 178-220). Edward Elgar Publishing.
- Cloke, P. (2013). *Key settlements in rural areas*. (2ª ed.). Routledge.
- Eimermann, M. y Kordel, S. (2018). International lifestyle migrant entrepreneurs in two new immigration destinations. *Journal of Rural Studies*, (64), 241-252. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.04.007>
- Esparcia, J., Escribano, J. y Serrano, J.J. (2015). From development to power relations and territorial governance. *Journal of Rural Studies*, (42), 29-42. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.09.005>
- Esparcia, J. (2017). *Capital social y desarrollo territorial: Redes sociales y liderazgo en las nuevas dinámicas rurales de España* [Tesis de doctorado] https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2017/hdl_10803_457367/jep1de1.pdf
- Faist, T. (2000). *The volume and dynamics of international migration and transnational social spaces*. Oxford University Press.
- Fatorić, S., Morén-Alegret, R., Niven, R.J. y Tan, G. (2017). Living with climate change risks. *Environment Systems and Decisions*, 37(3), 276-288. <https://doi.org/10.1007/s10669-017-9629-6>
- Galperin, H. (2005). Wireless networks and rural development. *Information Technologies and International Development*, 2(3), 47-56. <https://doi.org/10.1162/1544752054782420>
- García Ballesteros, A., Jiménez Basco, B., Redondo González, Á. (2009). La inmigración latinoamericana en España en el siglo XXI. *Investigaciones Geográficas*, (70), 55-70.
- García Marchante, J.S., Vázquez Varela, C., Aparicio Guerrero, A.E. y Martínez Navarro, J.M. (2007). La empresarialidad rural en el marco del desarrollo territorial. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (43), 107-129. <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/584>
- González-Hidalgo, M., Otero, I. y Kallis, G. (2014). Seeing beyond the smoke: The political ecology of fire in Horta de Sant Joan (Catalonia). *Environment and Planning A*, 46(5), 1014-1031. <https://doi.org/10.1068/a45600>
- Gosálvez, P. (2015). Can 10-person towns have a future?. *El País. English edition*. https://english.elpais.com/elpais/2015/05/14/inenglish/1431621123_818233.html

- Halfacree, K. (2007) Trial by space for a 'radical rural': Introducing alternative localities, representations and lives. *Journal of Rural Studies*, 23(2), 125-141. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2006.10.002>
- Hedlund, M., Carson, D.A., Eimermann, M. y Lundmark, L. (2017). Repopulating and revitalising rural Sweden?. *Geographical Journal*, 183(4), 400-413. <https://doi.org/10.1111/geoj.12227>
- Hoey, B. (2005). From pi to pie: Moral narratives of noneconomic migration and starting over in the postindustrial Midwest. *Journal of Contemporary Ethnography*, 34(5), 586-624. <https://doi.org/10.1177/0891241605279016>
- Hoggart, K. y Mendoza, C. (1999). African immigrant workers in Spanish agriculture. *Sociologia Ruralis*, 39(4), 538-562. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00123>
- Institut d'Estadística de Catalunya (2020a). *Censos de Población y Vivienda*. IDESCAT. <https://www.idescat.cat/pub/?id=aecyn=312ylang=esyt=2011>
- Institut d'Estadística de Catalunya (2020b). *Censos Agrícolas*. IDESCAT. <https://www.idescat.cat/pub/?id=aecyn=424ylang=es>
- Instituto Nacional de Estadística (2018). *Estadísticas del Padrón Continuo*. INE. <https://www.ine.es>
- Iversen, I. y Jacobsen, J.K.S. (2017). Migrant tourism entrepreneurship in rural Norway. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(4), 484-499. <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1113887>
- Kallis, G., Gómez-Baggethun, E. y Zografos, C. (2013). To value or not to value?: That is not the question. *Ecological Economics*, (94), 97-105. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2013.07.002>
- Kloosterman, R. (2010). Matching opportunities with resources: A framework for analysing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective. *Entrepreneurship y Regional Development*, 22(1), 25-45. <https://doi.org/10.1080/08985620903220488>
- Kordel, S. y Pohle, P. (2018). International lifestyle migration in the Andes of Ecuador. *Sociologia Ruralis*, 58(1), 126-156. <https://doi.org/10.1111/soru.12133>
- Latek, M. (2019). *Interlinks between development and migration*. Parlamento Europeo. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/630351/EPRS_BRI\(2019\)630351_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/630351/EPRS_BRI(2019)630351_EN.pdf)
- Marsden, T.K., Murdoch, J., Lowe, P. y Ward, N. (2003). *The differentiated countryside*. Routledge.
- Mattsson, K.T. y Cassel, S.H. (2019). Immigrant entrepreneurs and potentials for path creating tourism development in rural Sweden. *Tourism Planning y Development*. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1607543>
- McAreavey, R. y Argent, N. (2018). Editorial. New Immigration Destinations (NID). *Journal of Rural Studies*, (64), 148-152. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.09.006>
- Mendoza, C. y Morén-Alegret, R. (2013). Exploring methods and techniques for the analysis of sense of place and migration. *Progress in Human Geography*, 37(6), 762-785. <https://doi.org/10.1177/0309132512473867>
- Morén-Alegret, R. (2011). When love comes to town and when it is missing. En E.K. Heikkilä y B. Yeoh (Eds.), *International marriages in the time of globalization* (pp. 103-116). Nova Science.
- Morén-Alegret, R. (2008). Ruralphilia and urbophobia versus urbophilia and ruralphobia?. *Population, Space and Place*, 14(6), 537-552. <https://doi.org/10.1002/psp.516>
- Morén-Alegret, R., Fatorić, S., Wladyka, D., Mas, A. y Fonseca, M.L. (2018). Challenges in achieving sustainability in Iberian rural areas and small towns. *Journal of Rural Studies*, (64), 253-266. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.05.005>
- Morén-Alegret, R. y Wladyka, D. (2019). *International migration, integration and sustainability in small towns and villages*. Palgrave Macmillan / Springer.
- Müller, D.K. y Jansson, B. (2007). The difficult business of making pleasure peripheries prosperous. En D. Müller y B. Jansson (Eds.), *Tourism in peripheries: Perspectives from the far North and South* (pp. 3-18). CAB.
- Munkejord, M.C. (2017). Becoming spatially embedded. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 5(1), 111-130. <https://doi.org/10.15678/EBER.2017.050107>
- Murdoch, J. (2000). Networks: A new paradigm of rural development?. *Journal of Rural Studies*, 16(4), 407-419. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(00\)00022-X](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(00)00022-X)
- Neve, E. (2008). Espacio y paisaje en la obra de Milton Santos. En C. Mendoza (Ed.), *Tras las huellas de Milton Santos* (pp. 98-110). Anthropos, Barcelona.
- Phillips, M. (2005) *Rural gentrification and the production of nature: A case study from Middle England* [Ponencia presentada en la IV Conferencia Internacional de Geografía Crítica] https://www.researchgate.net/publication/239924790_Rural_Gentrification_and_the_Production_of_Nature_A_Case_Study_from_Middle_England
- Potter, C. y Burney, J. (2002). Agricultural multifunctionality in the WTO. *Journal of Rural Studies*, (18), 35-47. [https://doi.org/10.1016/S0743-0167\(01\)00031-6](https://doi.org/10.1016/S0743-0167(01)00031-6)
- Prada Trigo, J. (2015). El debate de la creatividad y la economía en las ciudades actuales y el papel de los diferentes actores. *Investigaciones Geográficas*, (87), 62-75. <https://doi.org/10.14350/rig.40700>

- Rath, J. y Kloosterman, R. (2000). Outsider's business: A critical review on immigrant entrepreneurship. *Geopolitics*, 34(3), 657-681. <https://www.jstor.org/stable/2675940>
- Romagosa, F., Mendoza, C., Mójica, L. y Morén-Alegret, R. (2020). Inmigración internacional y turismo en espacios rurales. *Cuadernos de Turismo*, (46) (en prensa)
- Rye, J.F. y Scott, S. (2018). International labour migration and food production in rural Europe. *Sociologia Ruralis*, 58(4), 928-952. <https://doi.org/10.1111/soru.12208>
- Santos, M. (2000). *La naturaleza del espacio. Técnica y tiempo. Razón y emoción*. (2ª ed.). Ariel.
- Santos, M. (1996). *Por uma geografia nova*. (4ª ed.). HUCITEC.
- Saxena, G. y Ilbery, B. (2008). Integrated rural tourism. *Annals of Tourism Research*, 35(1), 233-254. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.07.011>
- Sharpley, R. (2006). Ecotourism: A consumption perspective. *Journal of Ecotourism*, 5(1-2), 7-22. <https://doi.org/10.1080/14724040608668444>
- Sommer, E. y Gamper, M. (2017). Transnational entrepreneurial activities. *Social Networks*, 53(2), 136-157. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2017.04.007>
- Stam, E. (2010). Entrepreneurship, evolution and geography. En R. Boschma, y R. Martin (Eds.), *The handbook of evolutionary geography* (pp. 139-161). Edward Elgar.
- Stathopoulou, S., Psaltopoulos, D. y Skuras, D. (2004). Rural entrepreneurship in Europe. *International Journal of Entrepreneurial Behavior y Research*, 10(6), 404-425. <https://doi.org/10.1108/13552550410564725>
- Stone, I. y Stubbs, C. (2007). Enterprising expatriates. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(5), 433-450. <https://doi.org/10.1080/08985620701552389>
- Thissen, F., Fortuijn, J.D., Strijker, D. y Haartsen, T. (2010). Migration intentions of rural youth in the Westhoek, Flanders, Belgium and the Veenkoloniën, The Netherlands. *Journal of Rural Studies*, (26), 428-436. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2010.05.001>
- Tulla, A.F. (2019). Sustainable rural development requires value-added activities linked with comparative advantage. *European Countryside*, 11(2), 229-256. <https://doi.org/10.2478/euco-2019-0012>
- Verstappen, H.T. (2009). Geography, sustainability and the concept of glocalization. *Investigaciones Geográficas*, (70), 106-113.
- Woods, M. (2016). International migration, agency and regional development in rural Europe. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(3), 569-593. <https://doi.org/10.5565/rev/dag.372>
- Yeasmin, N. (2016). The determinants of sustainable entrepreneurship of immigrants in Lapland. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(1), 129-159. <https://doi.org/10.15678/EBER.2016.040109>
- Zhou, M. (2004). Revisiting ethnic entrepreneurship: Convergencies, controversies, and conceptual advancements. *International Migration Review*, 38(3), 1040-1074. <https://doi.org/10.1111/j.1747-7379.2004.tb00228.x>