

# Los comerciantes sindhis en Canarias

## Relaciones transnacionales y actividad económica

Ana María López Sala

Científica titular en el Instituto de Economía, Geografía y Demografía,  
Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC)

ana.lsala@cchs.csic.es

Valeriano Esteban Sánchez

Profesor del Departamento de Sociología, Universidad de La Laguna

vesteban@ull.es

### RESUMEN

El presente artículo describe y analiza la presencia y la actividad comercial de la comunidad sindhi en Canarias, una de las diásporas asiáticas más antiguas y tradicionalmente más numerosas en España. Esta se caracteriza por su febril actividad comercial y por el mantenimiento de una red de contactos transnacional que muestra su implantación en más de un centenar de países. El punto de partida del análisis es el contexto histórico, geográfico y cultural que favoreció su éxodo y su llegada a las Islas Canarias. Las relaciones con miembros de la misma comunidad residentes en otros países se convierten en formas de capital que propician la información y la comunicación sobre las oportunidades y estrategias de negocio en enclaves locales, como el préstamo de capital y las oportunidades de formación y de entrenamiento en las actividades comerciales y en negocios específicos de nueva creación, adaptados a determinados espacios geográficos. Los sindhis son una comunidad que, si bien ha permanecido fiel a sus tradiciones y sus sistemas de comercio, desde los años cincuenta del siglo pasado y con el auge del turismo, ha diversificado su ámbito de negocio y su implantación en el territorio del archipiélago.

*Palabras clave: Islas Canarias, sindhis, comercio, Pakistán, diáspora, empresariado étnico, redes transnacionales, comunidad india*

## EL ESTUDIO DE LAS COMUNIDADES ASIÁTICAS Y DE SU ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Los análisis sobre la actividad empresarial de los inmigrantes y los vínculos entre las prácticas económicas y las redes familiares transnacionales, así como el solapamiento entre estrategias migratorias y comerciales, no deben olvidar, en el caso español, a la comunidad india residente en el archipiélago canario desde finales del siglo XIX: los comerciantes sindhis y sus familias. Este grupo transnacional, que también ha sido calificado de comunidad comercial diaspórica y de casta comercial, es el grupo de origen asiático más antiguo establecido en territorio español, sólo precedido en el tiempo –apenas unos años antes–, por algunos ciudadanos libaneses instalados también en Canarias. El asentamiento de estos grupos de comerciantes no resulta casual. El dinamismo económico del *modelo atlántico de Canarias*, según la denominación del historiador Antonio Macías, ha explicado en cierta medida no sólo la dinámica migratoria cíclica del archipiélago y la vocación internacional de su economía durante toda la Edad Moderna, sino también el impulso del asentamiento de comunidades de origen extranjero dedicadas al comercio. Durante siglos, las libertades comerciales y el especial trato fiscal, primero por parte de la Corona española y posteriormente de los sucesivos gobiernos, facilitaron el establecimiento de comerciantes no sólo europeos, sino de las áreas más lejanas del mundo. Este fenómeno se consolidó y cobró impulso a mediados del siglo XIX con los puertos francos, la creación paulatina del régimen económico especial de las islas y el mantenimiento de su posición estratégica en las rutas comerciales y de pasajeros hacia el continente americano y, más recientemente, hacia el africano. El resultado de esta combinación de factores geográficos, económicos y políticos es la presencia en el archipiélago de algunas comunidades de comerciantes de origen extranjero que dotan a la historia reciente de Canarias de un carácter singular en esta materia. Entre estas comunidades destacan los libaneses, los sindhis hindúes y, más recientemente, los ciudadanos japoneses y coreanos.

Como veremos, la actividad económica de los sindhis se remonta varios siglos atrás y su presencia en el Mediterráneo tiene hoy algo más de cien años (Falzon, 2007). Los primeros indios se establecieron en las Islas Canarias, muchos ellos llegados precisamente desde otros puntos del Mediterráneo y de la costa africana, en las últimas décadas del siglo XIX. Las oportunidades de negocio específicas de las islas, así como su proximidad a otros lugares de establecimiento de la comunidad, como Gibraltar o el Magreb, explican la elección del destino. Canarias se encontraba además en el extremo de su expansión en el Mediterráneo y constituyó un punto clave de conexión en la vía hacia América Latina. La fecha del establecimiento de los primeros ciudadanos sindhis en suelo canario difiere según la fuente. El geógrafo

Murcia Navarro señalaba como fecha probable la década de los ochenta de la segunda mitad del siglo XIX, coincidiendo con las corrientes migratorias de miembros de este grupo hacia otros enclaves cercanos, en especial hacia Tánger, Casablanca y Gibraltar; no obstante, el estudio de Markovits data este establecimiento en una fecha cercana a 1890. La información obtenida en nuestras entrevistas realizadas a informantes de la propia comunidad, así como la información consular es mucho más precisa. Los sindhis que residen en Canarias indican que la llegada de la primera familia se produjo en 1895, en concreto, a la ciudad de Las Palmas donde se instalaron y abrieron sus primeros negocios<sup>1</sup>. Estos mismos informantes indican que a finales del siglo XIX se establecieron más familias, como los Metharam o los Chanrai, no sólo en Las Palmas, sino también en Santa Cruz de Tenerife.

El flujo aumentó en dos períodos del siglo XX: durante las dos primeras décadas y, de nuevo, desde finales de los cincuenta hasta los setenta. Estas corrientes tuvieron orígenes variados. Muchos comerciantes sindhis procedían de Marruecos y Gibraltar, al menos en el caso de los flujos más antiguos. Las procedencias se diversificaron en los años sesenta, cuando se instalaron en Canarias comerciantes y trabajadores sindhis de lugares tan diversos como India, Hong Kong, Vietnam o Ghana. Esto nos permite trazar una pauta de establecimiento en distintas etapas, durante las cuales no sólo ha cambiado el tipo de flujo, su composición y su procedencia, sino que la actividad comercial de la comunidad se ha ido transformando de acuerdo con las oportunidades empresariales que ofrecía el archipiélago en el contexto de la dinámica económica internacional.

El propósito de este artículo es describir y analizar la presencia y la actividad comercial de esta comunidad en Canarias desde una perspectiva que incorpore tanto la dimensión temporal como espacial del fenómeno. Este trabajo se enmarca en el estudio de varios procesos sociales interrelacionados que han suscitado un enorme interés en la sociología de las migraciones en los últimos años y que confluyen en este tipo de grupos: los análisis sobre las diásporas, los debates teóricos sobre la economía étnica, la propensión a la creación de negocios de los asiáticos y, especialmente, los vínculos entre la actividad empresarial y las prácticas y las redes transnacionales. Como han mencionado algunos de los especialistas más destacados de los estudios sobre el transnacionalismo, y como veremos de forma muy expresiva en el caso de este grupo, las relaciones con

1. Se trató, según fuentes consulares, de la familia Chellaram, un dato que también ha sido mencionado por el antropólogo Néstor Verona (Verona, 2008). Esta familia inauguró su primer negocio, Casa Chellaram, en la calle Triana de Las Palmas de Gran Canaria. Los primeros negocios en la capital santacrucera se localizaban en la calle Castillo y en las proximidades de la plaza de la Candelaria, el tradicional eje central de la actividad comercial en las proximidades del puerto.

miembros de la misma comunidad presentes en otros países se convierten en formas de capital que propician no sólo la información y la comunicación sobre las oportunidades y estrategias de negocio en enclaves locales, sino el préstamo de capital, las oportunidades de formación y de entrenamiento en las actividades comerciales y en negocios específicos de nueva creación, adaptados a determinados espacios geográficos (Portes, Haller y Guarnizo, 2002; Guarnizo, 2003).

Nos encontramos, pues, ante una diáspora comercial que conforma un complejo entramado, una red internacional integrada por diversos enclaves donde los vínculos entre origen y destino han sido sustituidos por intensas relaciones horizontales o transversales entre los distintos enclaves de asentamiento. Se trata, en definitiva, de una comunidad, en la terminología acuñada por Olwig y Sørensen (2002), con una forma de vida enteramente transnacional, compuesta por personas con vidas móviles. Las prácticas empresariales y religiosas articulan la vida comunitaria, modulada a través de factores que refuerzan las actividades, las prácticas, los planes y, en ocasiones, las tensiones transnacionales y en donde la identidad nacional es, habitualmente, secundaria. Como ha indicado Haller (2003: 81) en su estudio sobre los sindhis de Gibraltar, “no pueden entenderse sus identificaciones, su cultura y su estructura social si sólo hacemos hincapié en dos planos: la vida local y la relación con la ‘tierra materna’ u ‘originaria’”. En el caso de esta diáspora comercial, el análisis debe tomar en consideración un tercer espacio de interconexiones: las relaciones entre las distintas comunidades que crean un espacio único y nuevo en la construcción de los discursos, las prácticas y los símbolos”, así como las prácticas empresariales.

Desde esta perspectiva, el estudio de los sindhis en Canarias presta atención a uno de los lugares de asentamiento, a uno de los puntos nodales de la extensa red internacional que conforma en la actualidad esta diáspora comercial en el mundo. Como señalaba Falzon (2006) en su trabajo sobre los sindhis en el Mediterráneo y en Malta, los atributos más sobresalientes que le pueden ser aplicados son “que se encuentran en todos lados y que su presencia es sinónimo de negocio y comercios”. La investigación sobre los sindhis en Canarias debe, por lo tanto, realizarse tomando en consideración, en primer lugar, las relaciones complejas y la densidad analítica de los conceptos de espacio y territorio que surgen en el caso de este tipo de grupos y que sirven para repensar y ampliar el propio concepto de diáspora. En segundo lugar, el estudio de este caso puede ayudarnos a reflexionar críticamente sobre los conceptos de integración económica, ya que en el caso de esta comunidad, el territorio se presenta como un espacio de oportunidades para el logro de ciertos objetivos económicos que ha dado cierta forma a la pauta de instalación de esta diáspora comercial en todo el mundo (López Sala, 2007). En tercer lugar, al tratarse de una de las escasas comunidades históricas presentes en el territorio español, puede analizarse la evolución de su estrategia empresarial a partir de los cambios en las oportunidades que ofrece el archipiélago, de manera que la investigación

sobre esta comunidad se convierte, como veremos, en un caso de enorme interés para reflexionar sobre las aproximaciones alternativas más relevantes en el campo del estudio del empresariado étnico: las interpretaciones de corte culturalista y las que se detienen en la estructura de la demanda y la estructura de oportunidades.

Las conclusiones presentadas de forma sucinta en este artículo son resultado de una investigación realizada entre 2005 y 2008 en el seno de la RICAE (Red de investigación sobre comunidades asiáticas en España) financiada por el Programa Asia de la Fundación CIDOB. El estudio, que tuvo un carácter comparado, se realizó en las tres regiones con mayor presencia de asiáticos en España –Cataluña, Madrid y Canarias– con el objetivo de conocer las actividades empresariales de este tipo de comunidades. El análisis de la presencia asiática en España y el desarrollo de su actividad empresarial habían sido abordados hasta ese momento de forma fragmentaria y esporádica, alimentando así una serie de estereotipos que, en ocasiones, han llegado a ocasionar conflictos y violencia. Sin embargo, en cierto modo, los empresarios de origen asiático no sólo realizan una importante contribución a la dinámica económica nacional, sino que, en cierto modo, constituyen la vanguardia para la internacionalización de la economía española en Asia (Beltrán y Sáiz, 2009).

En el archipiélago canario, el estudio de las comunidades asiáticas, que incluye el caso de los comerciantes chinos, coreanos e indios (véase López Sala y Esteban Sánchez, 2009b), se realizó a partir de datos secundarios y del empleo de técnicas cualitativas y etnográficas de investigación social. También incluyó varias fases de reconocimiento visual y la explotación específica de datos económicos y de la seguridad social (López Sala y Esteban Sánchez, 2009a). Una parte importante de la investigación se centró en los ciudadanos indios, o de origen indio, y en los comerciantes sindhis, que conforman una de las escasas comunidades históricas asiáticas con presencia en España. Su peculiaridad y su carácter singular en el conjunto nacional, así como la intensidad de su actividad empresarial y de sus prácticas transnacionales concentraron gran parte de la investigación, complementada con entrevistas en profundidad. Además de explorar el proceso migratorio, la información recogida dirigió su interés a diversos aspectos: la reconstrucción de la historia de la presencia en el archipiélago y el calendario del establecimiento, el análisis de la actividad empresarial, la exploración de las pautas y prácticas económicas transnacionales y los vínculos entre los factores que refuerzan las actividades transnacionales y las estrategias de negocio.

La muestra estructural incorporó las variables género y edad, así como el tipo de actividad económica realizada; se diferenció entre propietarios de negocios, trabajadores por cuenta ajena y profesionales. El objetivo del diseño de esta muestra se basó en el deseo de indagar las continuidades y los cambios en las estrategias de inversión y de negocio, así como en el tipo de actividad económica, a partir de la consideración de factores macroestructurales –dinámica y régimen económico del archipiélago– y de los factores

vinculados a los cambios observados en el seno de la propia comunidad –por ejemplo, las diferencias entre primeras y segundas o subsiguientes generaciones. Adicionalmente, se realizaron una serie de entrevistas a informantes cualificados que incluyeron tanto a responsables y miembros de las juntas directivas de las asociaciones culturales y religiosas –los conocidos como clubes indostánicos–, como a representantes consulares, empresarios de reconocido prestigio, etc. Con el fin de explorar las transformaciones generales en la estrategia empresarial y de empleo, se entrevistó también a jóvenes profesionales. El trabajo de campo se realizó durante tres años y contó con el apoyo de algunos miembros de la comunidad que se convirtieron en informantes clave y facilitaron el contacto con otros residentes.

## LA DIÁSPORA SINDHI

Diversas son las etiquetas que los sindhis han recibido por parte de antropólogos e historiadores. En la mayor parte de los casos se habla de esta comunidad hindú como una diáspora comercial, como un grupo transnacional o como una casta comercial. Todos estos conceptos enfatizan un aspecto característico del grupo, pero posiblemente el primero es el más completo y el más empleado. El concepto de diáspora, como indica Cohen (1997) en la introducción de su ya clásico *Global Diasporas*, deriva del verbo griego *speiro* (sembrar o esparcir) y de la preposición *dia* (a través, por), que origina un término que da idea de dispersión. Para los griegos, cuando se aplicaba diáspora a los humanos equivalía a migración y colonización. Pero como afirma Cohen, “el concepto adquiere un significado mucho más brutal y siniestro cuando es pensado para palestinos, judíos, armenios y africanos, para los que diáspora significa un trauma colectivo, el destierro, la nostalgia de la tierra prometida y la vida en el exilio”. Esta evocación negativa ha prevalecido, si bien es necesario destacar que, aunque el concepto haya variado a lo largo de la historia y adoptado diversas acepciones, todas las comunidades diaspóricas comparten una vida fuera de su tierra natal, real o imaginaria, una tierra que suscita emociones y formas de lealtad basadas en lazos *identificacionales* generalmente fuertes. La adhesión de sus miembros a la comunidad se muestra a través de la memoria sobre la pasada historia migratoria del grupo y tiene su mejor expresión en el sentimiento de coetnicidad con aquellos de procedencia similar.

El empleo de esta etiqueta se ha incorporado a los estudios migratorios en los que se pretende profundizar en un concepto de enorme densidad teórica; este concepto trasciende los análisis de las comunidades más paradigmáticas –como la judía o la armenia– al

reunir, como ha indicado Tölölian (1991), significados de un dominio semántico más amplio que incluye términos como inmigrante, exiliado, refugiado, expatriado o comunidad étnica. Las aportaciones más influyentes han incorporado diversos aspectos. Así, las diásporas se han definido como comunidades que residen en el exterior de su tierra natal (Cohen, 1997) y que conforman lo que se ha denominado “circuitos migratorios transnacionales”: distintos espacios geográficos configuran una única comunidad a través de la continua circulación de personas, bienes, dinero e información (Rouse, 1991). Otras definiciones subrayan como elementos conceptuales aglutinadores el hecho de que las diásporas mantengan un determinado mito sobre su país de origen; se perciban como potencialmente excluidas en las sociedades receptoras; conserven el deseo de retornar; y presenten un fuerte sentimiento identitario (Safran, 1991). Este sentimiento se puede construir precisamente a través de su diferenciación de las poblaciones de los países donde se instalan (Clifford, 1994; Gilroy, 1993) y cuya cohesión se mantiene a partir de fuertes lazos sociales, que pueden incorporar una identidad religiosa común.

Muchas de estas características se aplican al caso de los sindhis: su dispersión territorial, su fuerte identidad grupal vinculada a la práctica del hinduismo, así como su relación ambivalente con las sociedades donde viven. El mito de la tierra natal y del retorno también aparece, aunque dados los especiales avatares históricos que ha sufrido la comunidad, Sind sobrevive –como indica Falzon (2003)– como algo más que un recuerdo nostálgico, mientras que Mumbai permanece como el nudo que organiza y conecta la translocalidad. El carácter de la diáspora sindhi también ha cambiado con el tiempo. Siguiendo la clasificación establecida por Cohen, podría hablarse inicialmente de una diáspora “laboral” o “imperial”, que se consolida como diáspora comercial, pero que también podría incluirse en las “diásporas víctima”<sup>2</sup>. La especificidad de este caso es que los “circuitos migratorios transnacionales” se originan, mantienen y cambian articulados por las posibilidades de inversión que ofrecen diversos territorios. La clave de su éxito económico se ha basado en la capacidad dinámica de adaptación a las condiciones estructurales donde los “recursos étnicos” se han convertido en elementos clave. El establecimiento para crear negocios propios ha moldeado las relaciones con la sociedad receptora y su percepción como inmigrantes, limitando algunas formas de interacción cultural, social y familiar presentes en otras poblaciones.

2. Cohen (1997) establece una clasificación de varios tipos de modelos de diásporas como modelos ideales. Se establece así una distinción entre diásporas laborales, víctima, comerciales, imperiales y culturales.

## LA EXPANSIÓN DE LOS COMERCIANTES SINDHIS

En el más completo estudio histórico sobre esta diáspora comercial, Markovits (1999, 2000) ha asegurado que la comunidad sindhi se encuentra entre las más ubicuas y, posiblemente, entre las más visibles y sobresalientes comunidades de comerciantes y empresarios asiáticos dispersos por todo el mundo. Integrada en la actualidad por una compacta red de comunidades de comerciantes, tiene presencia en los cinco continentes y en más de cien países: de Japón a Australia, de la Patagonia chilena a Honolulu. En la actualidad las comunidades más nutridas se localizan en el Sudeste Asiático, el sur y el este del continente africano y el Mediterráneo, aunque también en Oriente Medio, Reino Unido, América del Norte y América Latina.

Sus orígenes geográficos se encuentran en la provincia de Sind, en el sudoeste de lo que hoy es Pakistán. Sind fue la provincia más noroccidental de India durante la ocupación británica entre mediados del siglo XIX y 1947, un territorio que pasó a formar parte posteriormente del recién creado Pakistán, tras la independencia de India. La anexión de esta provincia al imperio británico en 1843 terminó con una larga etapa de gobierno de varias dinastías musulmanas. Antes del dominio del islam, la mayor parte de la población era hindú y budista, pero a mediados del siglo XIX, cuando fue ocupada por los británicos, la población del Sind ya era mayoritariamente musulmana y los hinduistas eran la minoría más numerosa, representando aproximadamente una quinta parte del total. Su localización geográfica, su condición costera y su proximidad al Golfo Pérsico han hecho que esta provincia estuviera tradicionalmente muy unida al comercio marítimo y tuviera un papel destacado en las rutas comerciales entre Occidente, Asia Central y el norte de India. Ya en el siglo XV, se tiene constancia en crónicas portuguesas de la actividad comercial de esta comunidad también en el exterior. Sin embargo, los estudios históricos no han conseguido determinar con claridad los orígenes de la especialización comercial de los sindhis hinduistas. La mayor parte se dedicaban a actividades comerciales y regentaban pequeños comercios antes de salir hacia el exterior, aunque una pequeña proporción trabajaba también para la administración, durante el reinado de los Talpur en los siglos XVIII y XIX, y posteriormente para los británicos (Falzon, 2001; Bal, 1998).

Existe cierto consenso entre los historiadores a la hora de afirmar que es muy probable que el dominio de los musulmanes en Sind desde el siglo XVIII impidiera a las comunidades hinduistas poseer tierras, así como integrarse en el ejército. Los títulos nobiliarios se reservaban también a los musulmanes, por lo que los hinduistas vieron restringida su actividad al comercio y a los negocios. Durante varios siglos formaron, por lo tanto, una minoría religiosa en su propio país; a pesar de tener que hacer frente a una discriminación periódica, se convirtieron en una comunidad fuer-



temente cohesionada que cosechó importantes éxitos económicos en su tierra natal y en el exterior. Esta experiencia previa se relata como uno de los mecanismos para encarar la vida cotidiana en los nuevos lugares de asentamiento. La expansión de esta diáspora y el desarrollo de sus negocios se vieron facilitadas, según indican algunos de nuestros informantes, por una larga tradición y especialización en la actividad empresarial, que incluía el suministro de productos de lujo para las élites locales, un fuerte sentido de comunidad y redes de confianza en diversas partes del mundo.

El flujo migratorio en sucesivas oleadas desde Sind, su tierra natal, y desde otros puntos de establecimiento de la diáspora ha conformado un mapa dinámico del asentamiento, a partir de oportunidades económicas y condiciones políticas, que marca la pauta de su expansión por el mundo y ha alterado la importancia de algunos de los puntos nodales de la red transnacional como lugar de encuentro y de relación. Esto explica, por ejemplo, la importancia estratégica actual de Hong Kong y Singapur en las relaciones comunitarias de la red en todo el mundo, la intensidad de las visitas a la India, para la celebración de fiestas religiosas y familiares, así como los frecuentes viajes de negocios de los varones dedicados al comercio. La emigración desde Sind se intensificó tras la ocupación británica. Esta corriente estuvo protagonizada, en su mayor parte, por comerciantes procedentes de la ciudad de Hyderabad que buscaban oportunidades de negocio en el exterior y cuya expansión, en la segunda mitad del siglo XIX, constituye el esqueleto de la red actual. Se trató de una migración numerosa que difería significativamente de otros flujos impulsados por la acción de la administración británica en sus territorios coloniales, especialmente de los movimientos de los llamados *indentured workers* (Parekh, 1994; Cohen, 1997). Estos migrantes, conocidos como *sindworkis*, se especializaron en un primer momento en la venta de productos artesanales y de bazar y, posteriormente, de sedas indias y chinas, otros productos textiles de lujo, como los encajes, así como de productos orientales y curiosidades. Implantaron sus negocios principalmente en los grandes puertos y en zonas francas para mejorar sus oportunidades de éxito. Su expansión se produjo en esta fase siguiendo dos grandes rutas marítimas: la ruta Mumbai-Yokohama-Kobe, con una importante presencia en Singapur, Shanghai y Manila; y la ruta Mumbai-Panamá-Colón, que atravesó todo el Mediterráneo hasta Gibraltar y Canarias y desde allí se dividió siguiendo dos ramales, uno que se dirigió hacia América Central y del Sur y el segundo hacia África Occidental (Merani y Van der Laan, 1979). La expansión hacia el este y el sur de este último continente se produjo siguiendo la costa desde Egipto hacia Mozambique y Sudáfrica (Padayachee y Morrel, 1991).

Un segundo momento de intensa emigración se produjo tras la partición del subcontinente indio, en 1947. En este caso puede hablarse de un flujo muy numeroso y forzoso que acompañó el clima de violencia y hostilidad entre musulmanes e hindúes. Mumbai se convirtió, a partir los cincuenta, en uno de los centros de la red

internacional de la diáspora, uno de los enclaves desde donde se produjo la tercera oleada migratoria. La condición de capital financiera de India, su cercanía a Sind y su condición portuaria, que ha favorecido el comercio, son mencionadas por nuestros entrevistados como los tres factores que explican la concentración de los sindhis en esta ciudad de la India. La integración de la provincia de Sind en Pakistán tras la partición alteró significativamente las relaciones de la diáspora con su tierra natal e intensificó lo que Dieter Haller ha denominado la “movilidad lateral” (Haller, 2005). Los movimientos constantes forman parte de una estrategia de formación de nuevas familias, de la práctica religiosa y de la ejecución de proyectos empresariales personales y familiares. Nos encontramos, en definitiva, ante una diáspora comercial, en donde se observan prácticas transnacionales que articulan la vida social, familiar y económica comunitaria de forma singular y que trascienden la condición nacional y el espacio específico en el que se asientan sus miembros. Nacionalidad y localidad son conceptos que no contribuyen a su conformación identitaria, sino que son la práctica económica y la adscripción religiosa los elementos que impregnan y conforman la autoidentificación comunitaria y la pertenencia.

Resulta extremadamente difícil determinar con exactitud la dimensión actual de la comunidad en todo el mundo debido a la diversidad de afiliaciones nacionales. Por esa razón, ni siquiera el informe más reciente sobre las diásporas, elaborado por el Gobierno indio en el 2002, ha ofrecido cifras concluyentes<sup>3</sup>. Según las estimaciones de Markovits (2000), el tamaño de la diáspora en el exterior ascendía en la década pasada a un número que oscilaba entre las 120.000 y las 140.000 personas. Las principales comunidades se localizaban en Estados Unidos (en torno a 50.000 personas), Canadá y España (10.000 en cada uno de ellos<sup>4</sup>), Reino Unido (entre 5.000 y 15.000), Hong Kong (7.500), Nigeria y Singapur (entre 5.000 y 10.000). En el caso de España, la mayor parte reside en las Islas Canarias, especialmente en Tenerife, aunque también en las provincias de Gran Canaria, Barcelona, Málaga y Madrid. El resto se reparte en comunidades de menor tamaño por diversos países asiáticos, América Latina, el Caribe y otros países africanos.

3. Véase *The Indian Diaspora. Report of the High Level Committee on the Indian Diaspora*, Gobierno de India, 2002.

4. Según informes consulares y algunas de las entrevistas realizadas, el número de personas de origen indio residentes en el archipiélago canario asciende a 8.500 personas, de las que aproximadamente 2.000 tienen nacionalidad española. Estas mismas fuentes indican que hasta finales de los noventa el 99% de los residentes de nacionalidad india residentes en Canarias eran sindhis. Hoy existen pequeñas comunidades procedentes de otros lugares de India como Punjab, Delhi y algunas de regiones del sur del país.

## LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE LOS SINDHIS EN CANARIAS

Según la información obtenida en nuestras entrevistas, la primera familia de sindhis que se estableció en España, lo hizo en el archipiélago, en concreto en la ciudad de Las Palmas, a mediados de la última década del siglo XIX. A esta primera le siguieron otras durante las primeras décadas del siglo XX, y antes de la Guerra Civil ya formaron una pequeña comunidad. Las primeras familias procedían de Gibraltar, Tánger y otras ciudades de Marruecos. Algunas de las firmas comerciales más antiguas del archipiélago existían ya con toda seguridad en los años veinte y treinta, como las llamadas “3C” –Chanrai, Choitram y Chellaram–, presentes en un buen número de los lugares de establecimiento de los sindhis en todo el mundo. Las crónicas de la época dan fe de los bazares indios en el centro de la capital tinerfeña en torno a lo que es hoy la calle Castillo y la plaza de la Candelaria, el núcleo del comercio tradicional de la capital, así como en la calle Triana, en las Palmas de Gran Canaria.

Además de las crónicas que hablan de los bazares, los informes consulares británicos y la prensa han aportado información sobre el tamaño de la comunidad y sus actividades económicas. Los pioneros del establecimiento constituían una comunidad integrada por algo más de un centenar de personas, compuesta únicamente por hombres, que realizaban frecuentes viajes a India y otros lugares cercanos, como Gibraltar y ciudades de Marruecos. Muchos de los que se instalaron en un primer momento en Las Palmas crearon, posteriormente, negocios en la capital tinerfeña. Falzon (2003) ha sostenido en su estudio sobre el caso maltés que estas primeras migraciones se centraron exclusivamente en el comercio y tuvieron lugar en el contexto de las estructuras económicas y administrativas existentes durante la etapa colonial británica. También ha apuntado que se trató de una corriente migratoria muy masculinizada; las familias permanecían en Sind, mientras que los maridos realizaban visitas regulares desde los nuevos lugares de establecimiento. Hasta los años cincuenta, la inmigración india en Tenerife y Gran Canaria estuvo compuesta, en exclusiva, por hombres, como sucedió en el caso de otros enclaves estudiados. Las mujeres permanecían en el lugar de origen, mientras que sus maridos se dedicaban al comercio y vivían durante largas temporadas en el extranjero.

Durante décadas, la principal actividad de los sindhis fue el comercio al por menor en bazares, donde se vendían productos exóticos, orientales, curiosidades y textiles de alta calidad, particularmente sedas, encajes y linos importados de Asia. Se vendían asimismo otros artículos como objetos de arpillera, plata labrada, bordados orientales, madera de sándalo, artículos orientales de algodón, porcelanas, vajillas y tejidos de diversas zonas de India, incluida Cachemira. A principios del siglo XX, la mayor parte de los artículos procedían de India y otros países asiáticos. Muchos de los productos se importaban

también desde Malta y Gibraltar. Estos comercios se dirigían fundamentalmente a los segmentos más ricos de la sociedad canaria, indianos en algunos casos, así como a los pasajeros de los buques. La importación y la venta al detalle concentraban la actividad económica de esta comunidad en el archipiélago. Entre 1900 y 1914, según confirman los informes consulares británicos, existían ocho importantes empresas que distribuían a los distintos bazares, propiedad de ciudadanos indios, en Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife. Quintana Navarro calculaba que el valor de las importaciones ascendía a 25.000 libras esterlinas al año (Quintana Navarro, 1992).

Nuestras entrevistas indican también que a principios del siglo XX se importaban nuevos productos para la venta al detalle, especialmente plata oriental, artículos de cobre, encajes de Malta, así como otros textiles de India y Cachemira. El producto más importante era, sin embargo, la seda que se importaba también vía Gibraltar. Los informes consulares mencionados por Quintana Navarro indican que la seda fue durante las primeras dos décadas del siglo XX el producto más importante de las importaciones<sup>5</sup> en las Canarias, después de la madera, la turba, el tabaco, el trigo y el serrín. Este comercio de la seda se fue especializando cada vez más en la clientela de los vapores que llegaban, especialmente al Puerto de la Luz y al de Santa Cruz de Tenerife. No debemos olvidar que el volumen de estos pasajeros era elevado. En las primeras décadas del siglo XX aumentaron significativamente el número de vapores que hacían escala en el archipiélago, debido a la intensidad del comercio con América, un proceso que se reactivó en los años cincuenta y sesenta con la crisis del canal de Suez.

Los vínculos con otros miembros de la diáspora residentes en diversos países del mundo ha tenido un papel fundamental en el desarrollo de la actividad comercial de esta comunidad, que les ha permitido no sólo proveerse de productos a buen precio, sino obtener información sobre las dinámicas de otros mercados y buscar oportunidades de negocio para establecer filiales comerciales. Por esta razón, algunos de los empresarios cuentan hoy, como en el pasado, con comercios en diversos puntos del mundo, y las empresas medianas y grandes son genuinamente multinacionales con sucursales en distintos puntos de la red.

A partir de los cincuenta, se inicia una nueva etapa en la historia del establecimiento y de la dinámica de esta comunidad en Canarias. En los siguientes años, se produce una intensificación de las llegadas debido tanto a la mejora de las condiciones económicas en esta región, como a las dificultades de la comunidad en otras localizaciones y en su tierra de origen, tras la partición del subcontinente indio y el éxodo hacia el exterior. Las Islas Canarias se convirtieron, a partir de finales de los años cincuenta, en un lugar

5. Varias toneladas anuales de seda. Este negocio estaba en manos de algunas compañías de importación propiedad de sindhis que vendían a los distintos establecimientos indios.

con excelentes oportunidades de negocio. El flujo en ese momento se produjo no sólo desde India, sino desde diversos puntos del mundo. El informe del Gobierno indio sobre las diásporas en el exterior menciona precisamente el establecimiento de sindhis procedentes de India, África, Japón y otros países del Sudeste Asiático en Las Palmas y Tenerife, especialmente después de la Segunda Guerra Mundial y, posteriormente, en los cincuenta y sesenta: “Los comerciantes sindhis prosperaron en los puertos francos de las Islas Canarias tras las restricciones en la importación y el comercio exterior que sufrió España tras la Segunda Guerra Mundial. Desarrollaron un floreciente comercio con el norte de África y establecieron empresas comerciales y comercios al por menor también en Ceuta y Melilla y otros puertos del norte de África declarados puertos francos, dirigidos a suministrar bienes al sector turístico y a los europeos. A mediados de los años setenta, el número de empresas en Ceuta y Melilla ascendía a 200<sup>6</sup>. Con la liberalización de la importación en los ochenta, muchos de los negocios se trasladaron a Barcelona y Málaga” (Gobierno de India, 2002). En los cincuenta se inició también la llegada de las primeras mujeres sindhis y asistimos paulatinamente a la instalación de familias. No debemos olvidar que previamente la comunidad sólo estaba formada por varones, algo que había despertado enormemente la atención de la población local (López Sala, 2007). Las dificultades a las que se enfrentó una parte importante de la comunidad con el éxodo de Sind obligaron a muchas mujeres a seguir a sus maridos en su instalación exterior; se debilitaron así algunos de los tabúes que previamente habían contenido la movilidad de las mujeres, especialmente el tabú del *Kala panī*<sup>7</sup>.

La afluencia del turismo de masas, nacional e internacional, desde finales de la década de los sesenta, creó también excelentes oportunidades para la creación y la ampliación de empresas, lo que explica la bonanza de los negocios en estas décadas, que han sido calificadas por nuestros informantes como “los tiempos dorados”. La inmigración sindhi de este período es familiar, aunque en la mayor parte de los casos las mujeres eran reagrupadas tras el establecimiento durante unos años de sus esposos. Muchos de los jóvenes y de los adultos que forman hoy la comunidad nacieron en los años sesenta y setenta en el archipiélago. Aunque se mantiene hasta hoy la venta de productos textiles, con el incremento del turismo en el archipiélago a partir de los años setenta, se produce cierta diversificación de los negocios. Así una parte importante de los comerciantes empezó a especializarse en la venta de productos electrónicos, de óptica y de fotografía importados desde Hong Kong y Japón, por los cuales fueron tan conocidos en las décadas pasadas y

6. En Ceuta y Melilla los comercios indios fueron florecientes durante varias décadas, empleaban a muchos trabajadores locales debido a la clientela de las guarniciones militares y las visitas de familiares durante las juras de bandera.

7. Nota del editor: el tabú hindú del *Kala pani* responde al temor a adentrarse en alta mar (literalmente en las “aguas negras”).

que supusieron un negocio floreciente. Algunas empresas se dedicaron exclusivamente a la importación al por mayor de este tipo de productos que vendían a los comercios especializados; monopolizaban así la distribución de algunas marcas electrónicas. Una parte de los inmigrantes más recientes fueron trabajadores por cuenta ajena, asalariados de las empresas de sus coétnicos.

## MIGRACIONES, REDES TRANSNACIONALES Y NEGOCIOS

Algunos de nuestros informadores relatan que, en muchos casos, Canarias era el destino final de un proceso migratorio con varias escalas, que incluía la residencia temporal, que podía prolongarse varios años, en algunos de los enclaves de la red en el Magreb y el Mediterráneo. En estas localizaciones se ahorraba dinero y se “aprendía el oficio” trabajando en los negocios de miembros de la diáspora. En otros casos se trataba de empresarios residentes en otros enclaves que establecían sus filiales en el archipiélago. Nuestro trabajo de campo indica que la mayor parte del ahorro se producía tradicionalmente a través del trabajo previo como asalariados o gerentes. Este ahorro inicial, al que se añadía, en algunos casos, préstamos de otros comerciantes sindhis, se empleaba para establecerse por cuenta propia. De esta forma, algunos de los llegados contaban con experiencia en actividades comerciales en Asia o el norte de África, lo que les permitió trabajar, en un primer momento, como gerentes para algunas de las empresas instaladas en las islas.

El reclutamiento de trabajadores de la propia comunidad ha sido y sigue siendo una práctica tradicional. El recurso a coétnicos es percibido como un mecanismo facilitador, una forma de intercambio informal basado en relaciones de reciprocidad que permite la obtención de información de nuevas oportunidades de negocio y el aprendizaje del oficio en el caso de los propios empleados. Supone, así mismo, un recurso para los empresarios, al tratarse de trabajadores más dispuestos a aceptar las condiciones laborales específicas que necesita este tipo de mercado (López Sala, 2008). Los trabajadores sindhis son apreciados también porque, según nuestros informantes, muestran más lealtad, comparten la ética del trabajo y tienen un mejor conocimiento del negocio. El empleado suele considerar un privilegio que se le ofrezca trabajo en el extranjero. En muchas ocasiones, el empresario puede llegar a pagar el viaje y es habitual que faciliten la tramitación de los visados y el alojamiento. Además, si muestran valía, pueden ascender y convertirse en gerentes o recomendar como trabajadores a otros familiares.

Como se ha visto en el trabajo de campo, desde pequeños, los niños de la comunidad se socializan en la actividad empresarial y aprenden el funcionamiento de los negocios, que centra gran parte de la vida cotidiana de la familia. Esta forma de aprendizaje informal supone también una forma de socialización en los valores y la ética de las actividades empresariales y funciona como un mecanismo indirecto de mantenimiento intergeneracional de esta actividad. El comercio y la dedicación a los negocios se perciben entre los sindhis como una forma de vida, algo intrínseco a la identidad de la comunidad<sup>8</sup>. El estatuto de trabajador, o empleado, suele verse como un estatuto temporal, como una fase. Así, una vez aprendido “el oficio”, ganado confianza, hecho contactos, ahorrado dinero y establecido las suficientes relaciones en la red y en la nueva localidad de procedencia, el objetivo es montar un negocio propio. El objeto de su vida, indican muchos de los comerciantes entrevistados, es hacer negocios y tener éxito. “No hay ocupación mejor, nada mejor a lo que dedicarse”, es una filosofía de vida que nos transmiten constantemente. Al igual que se ha observado en el caso de las comunidades estudiadas en otros puntos del Mediterráneo, como los estudios de Falzon en Malta o de Haller en Gibraltar, los empresarios se atribuyen algunas características que consideran importantes para tener éxito en los negocios. Son mencionadas como cualidades adecuadas, por ejemplo, una buena disponibilidad para el trabajo duro, la adaptabilidad a las condiciones que ofrece el país de destino, resistencia, determinación y optimismo. Esta orientación hacia el trabajo tiene como resultado una escasa valoración del ocio. El comercio, la práctica religiosa y las relaciones familiares articulan las actividades y la forma de vida de la comunidad.

Hasta la primera mitad de los años ochenta, se mantuvo la rentabilidad de los negocios de electrónica. Sin embargo, la entrada de España en la Unión Europea eliminó paulatinamente el régimen de puertos francos y redujo los niveles de ganancia de los comerciantes. Las primeras dificultades económicas requirieron de respuestas adaptativas entre los empresarios sindhis. Por ello se han observado en los últimos veinte años algunos procesos de cambio en las pautas de negocio y de integración económica de los comerciantes indios en Canarias, que incluyen tanto la profesionalización de los más jóvenes, el desplazamiento a otros enclaves, en las islas y en el

8. Algunos de los entrevistados resumen este “rasgo” de la comunidad a través de la frase “nacidos para dedicarse a los negocios”. Esta expresión es particularmente reiterada entre los empresarios de más edad.

9. Muchos de los entrevistados indican que el aprendizaje de la dinámica de los negocios debe basarse en la práctica y en la experiencia, por lo que, tradicionalmente, no ha sido muy valorada la educación formal. En el caso de los más jóvenes, la formación se ha enfocado principalmente a los negocios, de ahí la elevada proporción de los que tienen titulaciones vinculadas a la economía y las finanzas. A pesar de la profesionalización y de la mejora del nivel de estudios medio de la población española, esta mentalidad permanece en una parte de la comunidad, de ahí que se valoren especialmente títulos cortos de perfil profesional.

exterior del archipiélago, y la inversión en nuevas actividades y tipo de comercios. En primer lugar, se produjo un desplazamiento paulatino de los negocios de la comunidad hacia los nuevos enclaves turísticos que se crearon en el sur de las dos islas principales, y hacia Lanzarote y Fuerteventura. Este desplazamiento implicó la pérdida de peso de los comercios en las dos capitales y cierta dispersión geográfica de la comunidad. Aunque actualmente aún se mantienen algunas tiendas de productos electrónicos, a lo largo de los noventa se produjo cierta diversificación y crecieron los comercios de productos de lujo, en especial joyas, perfumes, moda y complementos de marcas exclusivas. En definitiva, muchos de los tradicionales bazares de electrónica han sido sustituidos por nuevos negocios más modernos y lujosos, donde se venden algunas mercancías importadas que tienen un régimen impositivo especial, como los perfumes o las marcas de diseño. Estos nuevos comercios se han dirigido a una clientela de turistas extranjera y nacional, que llegan a las islas en los cruceros o en los paquetes de las grandes empresas turísticas, así como a la clase media y alta local consumidora de productos de calidad. Otros miembros de la comunidad han optado por trasladarse a otras ciudades españolas, como Málaga, o al extranjero, porque consideran que las islas ya no ofrecen tan buenas condiciones económicas como antaño. Esta respuesta adaptativa, –cambiar sus negocios y ofrecer nuevas mercancías, así como trasladarse a otros lugares donde puedan mejorar sus oportunidades–, sería una respuesta que encajaría, en cierta medida, en la interpretación culturalista de las teorías sobre el empresariado étnico.

También se ha observado otros dos tipos de transformaciones de gran calado en la última década. En primer lugar, la entrada de los comerciantes indios en otros sectores económicos, especialmente en el sector financiero y en bolsa, siguiendo la estela de Ram Bhavnani, el conocido empresario y financiero de origen indio residente en Canarias desde los años sesenta. El sector inmobiliario y las empresas de infraestructuras también han recibido capital de los comerciantes indios. En segundo lugar, el desarrollo de empresas de servicios, especialmente entre empresarios más jóvenes, cuyos padres eran propietarios de bazares de electrónica. Algunos jóvenes han creado empresas de informática, mientras que otros han puesto en marcha filiales y franquicias de compañías de seguros, agencias de viaje o inmobiliarias. Sin embargo, una de las dinámicas más relevantes, que se aleja en cierta medida de la tradición comercial de la comunidad, es la creciente profesionalización de los jóvenes, especialmente entre los nacidos y criados en el archipiélago, una profesionalización que incluye tanto el trabajo por cuenta ajena como el trabajo por cuenta propia. Este aspecto se compagina con el acceso a empleos en la Administración pública, un proceso más minoritario y reciente que sólo ha sido posible entre los que han adquirido la nacionalidad española. Esta profesionalización se complementa, en muchas ocasiones, con el mantenimiento de la ayuda en los negocios familiares de forma secundaria.



La profesionalización incluye, fundamentalmente, el trabajo en los sectores de la medicina, la enseñanza y los medios de comunicación, así como el sector de la banca y las consultorías. Algunos de los empleados del sector financiero compatibilizan su actividad económica con el trabajo en negocios propios, una estrategia de diversificación de riesgos que cobra sentido en el presente contexto de reducción de beneficios. Esta profesionalización de los más jóvenes también ha alcanzado a un segmento de las mujeres de la comunidad, algunas de las cuales se han incorporado a los negocios familiares, bien como vendedoras, bien como gestoras de los departamentos de contabilidad, según nuestros informantes, pero también en el sector bancario y otras empresas financieras. La profesionalización de las mujeres también resulta una novedad de enorme calado en el seno de la comunidad, puesto que tradicionalmente las mujeres, a pesar de su trabajo en los negocios familiares, eran percibidas exclusivamente como transmisoras de la tradición, de la práctica religiosa, agentes de las alianzas familiares, incluso a través de las prácticas matrimoniales, y destinadas al trabajo reproductivo.

## LA ÉTICA MERCURIAL Y EL ESPÍRITU DEL BAZAR

Desde los estudios de Weber y Sombart sobre las actividades comerciales de las diásporas, el análisis se ha venido centrando en las ideas y prácticas religiosas de estos grupos. Los estudios posteriores que han intentado seguir esta línea de interpretación han pecado de buscar “éticas protestantes” en todas las diásporas comerciales. Este programa de investigación implicaría encontrar, también en el caso de los sindhis, rasgos económicos de frugalidad, ahorro y reinversión derivados de una posible visión y práctica religiosa. Otro enfoque, quizás más válido, es el planteado por Yuri Slezkine (2004) en su libro *The Jewish Century*, donde acuña el concepto de “nómadas de servicio” para referirse a grupos como los judíos, chinos de ultramar, parsis, armenios, griegos, etc. El rasgo común de todos ellos es que se especializan en la distribución de bienes y servicios a las poblaciones agrícolas e industriales de las sociedades donde están enclavados, y que su principal recurso es el conocimiento del entorno internacional. Todos estos grupos son calificados por este autor como “descendientes de Mercurio”, el dios del comercio, el patrón de los que cruzan las fronteras y no siguen las normas, el protector de los que viven de su ingenio. La cohesión interna y la alteridad, respecto a las poblaciones mayoritarias de las sociedades donde viven, son dos elementos fundamentales para el buen desempeño del rol mercurial. Como dice uno de nuestros informantes, “Canarias era una sociedad agrícola. Alguien tenía que dedicarse a los negocios”. De una larga cadena

de comerciantes de diversos orígenes en Canarias (portugueses, italianos, flamencos, ingleses, libaneses), los sindhis son los últimos y quizá los mejor adaptados al rol mercantil. Su cohesión interna se basa, en gran medida, en la endogamia matrimonial, que se articula mediante la búsqueda de esposas y esposos en las celebraciones religiosas y los viajes, y actualmente también a través de páginas web.

Las formas de trabajo y el conocimiento de los negocios aprendidos en el seno de la propia comunidad y a través de la formación práctica también contribuyen a la reproducción intergeneracional y tradicional de las formas y el estilo del hacer en el comercio; limitan asimismo las posibilidades de alianzas comerciales con otros segmentos de la población. De ahí la escasa valoración de la formación reglada universitaria entre los sindhis. Se considera que el sentido de los negocios debe desarrollarse a través de la práctica y la experiencia, y no puede adquirirse a través de la educación formal.

Tras más de un siglo residiendo en Canarias, los sindhis se perciben y se sienten extranjeros, algo que también destacan los estudios sobre esta comunidad en otros enclaves de asentamiento, como Gibraltar o Malta. Su diferencia se construye a través del uso de la lengua, la conformación de clubes sociales diferenciados, la comensalía y la práctica religiosa. “Extranjería” y endogamia son variables enteramente relacionadas y cumplen una función primaria en el éxito económico de estas poblaciones. Sin embargo, las relaciones personales y los contactos familiares se consideran parte de su estrategia de negocio. Por esa razón viajan continuamente y tienen reuniones con otros miembros de la comunidad para conocer posibilidades de inversión y de creación de negocios en otros lugares del mundo. Las asociaciones y los clubes indostánicos cumplen no sólo una importante función cultural y religiosa, sino que tienen un extraordinario protagonismo como lugar de encuentro para hacer negocios.

Todos estos factores les han convertido en una comunidad perfectamente exitosa y adaptada a los comercios de pequeña escala. La dedicación a los negocios es el eje articulador de lo cotidiano y del propósito vital de los sindhis, que han desarrollado una particular ética de la vida comercial. La bancarrota, debido a la falta de cálculo o a la mala suerte, no es vista como una deshonra o como un motivo de vergüenza. El fracaso en los negocios no se considera vergonzoso, sino una fase más de la actividad profesional. Por otro lado, una parte de los beneficios se deben devolver a la comunidad; la ética de los negocios y la comunidad van, pues, de la mano. Una parte de los beneficios debe dedicarse a propósitos caritativos, religiosos y culturales; por esta razón, los comerciantes de más éxito hacen sustanciosas donaciones a gurús, a festivales religiosos, a actividades educativas y a organizaciones sociales. Las donaciones incluyen también ayudas para los negocios de aquellas familias que todavía no han tenido éxito.

Paradójicamente, estos mismos rasgos pueden ser un impedimento para la fusión y consolidación de grandes grupos comerciales, y han contenido su entrada en el sector

productivo y en las finanzas. Según indican nuestros informantes, la falta de formación reglada, la focalización en tan sólo algunos sectores y la fuerza de la tradición han hecho que los sindhis se sientan cómodos sólo con cierto tipo de negocios de tamaño medio, y expresen reticencias a entrar en el sector financiero, invertir en bolsa o en otro tipo de negocios que exijan mucho capital. Los que obtienen altos beneficios suelen expandir el negocio o la misma actividad en otra ciudad o en otro país, pero no suelen cambiar de sector. Son pocos los que prueban suerte en otros sectores económicos. La excepción es la del financiero de origen indio Ram Babnani, la mayor fortuna de Canarias y referente en la comunidad y también entre los jóvenes que empiezan a profesionalizarse. Sin embargo, lejos de romper con la tradición de su comunidad, el propio Babnani atribuye su éxito a la filosofía sindhi de los negocios, que parece particularmente bien pertrechada para afrontar el azaroso mundo de las finanzas.

#### Referencias bibliográficas

- BAL, G. "Communities and Culture in Entrepreneurship Development in India". *Journal of Entrepreneurship*. Vol 7. No. 2 (1998). P. 171-182.
- BARNOUW, V. "The Social Structure of a Sindhi Refugee Community". *Social Forces*. Vol 33. No. 2 (1954). P. 142-152.
- BELTRÁN, J. y SÁIZ, A. (eds). *Empresariado asiático en España*. Barcelona: Fundación CIDOB, 2009.
- CLIFFORD, J. "Diasporas". *Cultural Anthropology*. Vol 9. No. 3 (1994). P. 302-338.
- COHEN, R. *Global Diasporas. An Introduction*. Seattle: University of Washington Press, 1997.
- FALZON, M. (2001): "Origins and establishment of the Indian business community in Malta". *Bank of Valletta Review*. No. 24 (2001). P. 73-92.
- "Bombay, our cultural heart. Rethinking the relation between homeland and diaspora". *Ethnic and Racial Studies*. Vol 26. No. 4 (2003). P. 662-683.
- "Sindhis an the Mediterranean Trade. An Historial Portrait". Ponencia del Seminario *Transnacionalismo y empresariado asiático: España, Gibraltar y Andorra*, Fundación CIDOB, noviembre de 2006.
- "Los sindhis y el comercio en el Mediterráneo". *Revista d'Afers Internacionals*. No. 78 (2007). P. 121-138.
- GILROY, P. *The Black Atlantic*. Cambridge: Harvard University Press, 1993.
- GOBIERNO DE INDIA. *The Indian Diaspora. Report of the High Level Committee on the Indian Diaspora*. Nueva Delhi, 2002.
- GUARNIZO, L. "The Economics of Transnational Living". *International Migration Review*. Vol 37. No. 3 (2003). P. 666-699.
- HALLER, D. "Place and Ethnicity in two merchant diasporas: a comparison of Sindhis and Jews in Gibraltar". *Global Networks*. Vol 3. No. 1 (2003) P. 75-96.

- “Let it flow: Economy, spirituality and gender in Sindhi network”. *Anthropological Theory*. Vol 5. No. 2 (2005). P. 154-175.
- LÓPEZ SALA, A. “Migración internacional, vínculos transnacionales y economía étnica: el caso de la comunidad india en Canarias”. *Revista CIDOB d’Afers Internacionals*. No. 78 (2007). P. 77-98.
- “Comunidades transnacionales asiáticas y empresariado étnico”. Ponencia presentada en *Simposio Nuevos retos del Transnacionalismo en el estudio de las Migraciones Internacionales*, UAB y GEDIME, Barcelona, febrero 2008.
- LÓPEZ SALA, A. y ESTEBAN SÁNCHEZ, V. “Asiáticos en Canarias”. En: Beltrán, J. y Sáiz, A. (eds.) *Empresariado asiático en España*. Barcelona: Fundación CIDOB, 2009a. P. 47-70.
- “Canarias, tierra de instalación de comunidades extranjeras dedicadas al comercio”. En: Beltrán, J. y Sáiz, A. (eds.) *Empresariado asiático en España*. Barcelona: Fundación CIDOB, 2009b. P. 103-140.
- MACÍAS, A. *Revisiones y provocaciones: diez artículos de historia económica de Canarias*. Santa Cruz de Tenerife: Idea. Biblioteca Económica Canaria, 2003.
- “Canarias: un espacio transnacional. Reflexiones desde la Historia”. Ponencia presentada en el Seminario Internacional *Migraciones Internacionales e integración cultural en espacios insulares. Una perspectiva histórica*, Academia Canaria de la Historia, Las Palmas de Gran Canaria, junio de 2008.
- MARKOVITS, C. “Indian Merchant Networks Outside India in the Nineteenth and Twentieth Centuries: A preliminary survey”. *Modern Asian Studies*. Vol 33. No.4 (1999). P. 883-911.
- *The Global World of Indian Merchants, 1750-1947: Traders of Sind from Bukhara to Panama*. Cambridge: Cambridge Studies in Indian History and Society, 2000.
- MERANI, H. y VAN DER LAAN, H. “The Indian Traders in Sierra Leone”. *African Affaire*. Vol 78. No. 311 (1979). P. 240-250.
- MURCIA NAVARRO, E. “Los comerciantes hindúes en Santa Cruz de Tenerife”. *Estudios Geográficos*. No. 136 (1974). P. 405-427.
- OLWIG, K. y SØRENSEN, N. “Mobile Livelihoods: Making a living in the World”. En: Olwig, K. y Sorensen, N. (eds.) *Work and Migration: Life and Livelihoods in a Globalizing World*. Londres: Routledge, 2002. P. 1-19.
- PADAYACHEE, V. y MORREL, R. “Indian Merchants and Dukawallahs in the Natal Economy, 1875-1914”. *Journal of Southern African Studies*. Vol 17. No. 1 (1991). P. 71-102.
- PAREKH, B. “Some reflections on the Hindu Diaspora”. *New Community*. No. 26 (1994). P. 603-620.
- PORTES, A.; HALLER, W. y GUARNIZO, L. “Transnational Entrepreneurs: The emergence and determinants of an alternative form of immigrant economic adaptation”. *American Sociological Review*. Vol 67 (2002). P. 278-298.
- QUINTANA NAVARRO, F. “Informes consulares británicos sobre Canarias (1856-1914)”. Seminario de Estudios Históricos Canarias, ULPG y Centro de Investigación económica y social de la Caja de Canarias, Las Palmas de Gran Canaria, 1992.
- ROUSE, R. “Mexican Migration and the Social Space of Postmodernism”. *Diaspora*. Vol 1. No. 1 (1991). P. 8-32.

SAFRAN, W. "Diasporas in Modern Societies: Myths of Homeland and Return". *Diaspora*. Vol 1. No. 1 (1991). P. 83-99.

SLEZKINE, Y. *The Jewish Century*. Princeton: Princeton University Press, 2004. .

TÖTÖLIAN, K. "The Nation State and its Others: In Lieu of a Preface". *Diaspora*. Vol 1. No. 1 (1991). P. 3-7.

VERONA, N. "El hinduismo en Canarias". En: Díez de Velasco, F. (ed.) *Religiones entre continentes: Minorías socio-religiosas en Canarias*. Barcelona: Icaria Editorial, 2008. P. 202-236.