



**El Colegio
de la Frontera
Norte**

**LA CREACIÓN DE PEQUEÑOS
NEGOCIOS DE INMIGRANTES MEXICANOS
EN PHOENIX, ARIZONA**

Tesis presentada por:

Bribrilia Cota Cabrera

Para obtener el grado de
**DOCTORA EN CIENCIAS SOCIALES
CON ESPECIALIDAD
EN ESTUDIOS REGIONALES**

Tijuana, B.C., México
2010

DEDICATORIA

A Dios, por permitirme llegar hasta este momento.
A mis padres y hermanos, por darme la fuerza para superarme día con día. Mis
logros son también suyos e inspirados en ustedes.

AGRADECIMIENTOS

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología por el apoyo brindado para la realización de mis estudios de posgrado.

Al Colegio de la Frontera Norte, por ser la institución responsable de brindarme los conocimientos necesarios para mi formación académica. Siempre estaré orgullosa de ser parte de las generaciones del COLEF.

A mi directora de tesis, la Doctora María Eugenia Anguiano Téllez, por todo su apoyo brindado desde mi llegada a este colegio, por motivarme siempre a salir adelante, por confiar en mí y por todos los momentos buenos y algunos no tan buenos que nos tocó compartir. Me llevo de usted lo mejor.

Al Doctor Blas Valenzuela Camacho, mi lector externo, por darme la oportunidad de ser parte de su proyecto de investigación en Phoenix, por sus comentarios y buenos consejos y, sobre todo, por su amistad.

Al Doctor René Zenteno, mi lector interno, porque a pesar de sus múltiples ocupaciones, siempre se dio un tiempo para estar presente en mis evaluaciones.

Al Doctor Félix Acosta y al Doctor Rodolfo Cruz, quienes también integraron mi comité de tesis.

A todos mi entrevistados, particularmente a Silvia Montoya por su apoyo en la fase de trabajo de campo en Phoenix, Arizona.

Al personal de la biblioteca, Ángeles, Isabel, don Fili, y muy especialmente a Carlos Félix y Víctor Zamudio, por estar siempre ahí para apoyarme en todo lo necesario aún a pesar de la distancia.

A mis compañeros de doctorado y también compañeros de maestría, Luz Helena y Edgar por su amistad sincera brindada en todos estos años.

A demás familiares y amigos que de manera presencial y no presencial compartieron conmigo momentos importantes en estos últimos cuatro años.

RESUMEN

La creación de pequeños negocios por parte de inmigrantes en los países de destino es un tema que ha cobrado interés en los últimos años. El objetivo de la presente investigación ha sido identificar y analizar los recursos de capital humano y capital social que acumularon y movilizaron los inmigrantes mexicanos en Phoenix, Arizona; así como las estructuras de oportunidad que fueron propicias para la creación de pequeños negocios en ese espacio social.

Con el fin de tener un primer acercamiento con aquellos inmigrantes mexicanos dueños de pequeños negocios, se sistematizó información recopilada por la Encuesta a Hogares Mexicanos en Phoenix, Arizona (EHMPA). Posteriormente, se realizaron 36 entrevistas en profundidad que conforman la base medular de este análisis. Los resultados de la investigación revelaron que la trayectoria ocupacional o experiencia laboral acumulada en México y/o en Estados Unidos fue el factor de mayor peso en el emprendimiento de pequeños negocios por parte de los inmigrantes mexicanos en Phoenix, Arizona.

ABSTRACT

The creation of small businesses by immigrants in their new country of residence is an issue that has gained interest in recent immigration studies. The general objective of this research was to identify human and social capital resources that Mexican immigrants accumulated and mobilized in order to establish a small business in Phoenix, Arizona, as well as, to analyze the term “opportunity structures” that were helpful in the creation of this kind of economical activity.

The information collected by the Mexican Household Survey in Phoenix, Arizona (EHMPA) allowed taking a first look at Mexican immigrants who were small business owners. Also, using the “snow ball” technique, 36 interviews were applied to immigrants in the Phoenix area. Results showed that the immigrant’s occupational history accumulated in Mexico and/or The United States by Mexican immigrants was the most relevant factor that contributed for generating small businesses in Phoenix, Arizona.

Palabras clave: Inmigrantes mexicanos- pequeños negocios-Phoenix, Arizona.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
---------------------------	----------

CAPÍTULO I. LA CREACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS DE LOS INMIGRANTES MEXICANOS EN ESTADOS UNIDOS.CONSTRUCCIÓN DE UN MARCO

REFERENCIAL	9
--------------------------	----------

1.1 Inmigración y mercados de trabajo.....	10
---	-----------

1.2 La economía étnica y el enclave étnico: mercados que protegen a los trabajadores inmigrantes.....	15
--	-----------

1.3 Los ejes de análisis: el capital humano, el capital social y las estructuras de oportunidad.....	19
---	-----------

1.3.1 El capital humano asociado al estudio de los empresarios migrantes.	19
--	----

1.3.2 El capital social vinculado al estudio de los empresarios migrantes.	24
---	----

1.3.3 Las estructuras de oportunidad como parte del modelo de desarrollo de empresas étnicas.	29
--	----

1.4 Los inmigrantes y sus pequeños negocios.....	35
---	-----------

1.5 Metodología	38
------------------------------	-----------

CAPÍTULO II. INMIGRANTES MEXICANOS EN PHOENIX, ARIZONA: ASENTAMIENTO, PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO Y CREACION DE PEQUEÑOS NEGOCIOS.....

47

2.1. Asentamiento y empleo de mexicanos en Phoenix, Arizona.	48
--	-----------

2.2. Phoenix, Arizona: Transformación económica y mercados laborales.	51
---	-----------

2.3. Phoenix, Arizona y el crecimiento de los negocios de origen hispano.	55
---	-----------

2.4. Explorando la EHMPA: Los propietarios de pequeños negocios en Phoenix, Arizona.	59
--	-----------

CAPÍTULO III. INCIDENCIA DEL CAPITAL HUMANO EN LA CREACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS DE INMIGRANTES MEXICANOS EN PHOENIX, ARIZONA.	65
3.1. Origen rural y urbano y niveles de escolaridad	66
3.2. Trayectorias laborales y migratorias.....	73
3.3. Manejo del idioma.....	86
CAPÍTULO IV. EL CAPITAL SOCIAL: LAS REDES DE RELACIONES SOCIALES UTILIZADAS EN LA CREACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS.....	94
4.1 Tipos de redes sociales y motivaciones	94
4.2. Redes laborales y étnicas.....	99
CAPÍTULO V. LAS ESTRUCTURAS DE OPORTUNIDAD. CONDICIONES FAVORABLES PARA LA CREACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS	104
5.1. Mercados étnicos de productos y servicios	104
5.2 Disponibilidad de negocios vacantes.....	107
5.3 Apoyos gubernamentales e institucionales	110
CONCLUSIONES. LOS DETERMINANTES MÚLTIPLES EN LA CREACION DE PEQUEÑOS NEGOCIOS DE INMIGRANTES MEXICANOS EN PHOENIX	118
BIBLIOGRAFIA	128
ANEXO 1: APARTADO DE LA ENCUESTA (EHMPA) QUE CUESTIONÓ A LOS INTEGRANTES DEL HOGAR SOBRE LA PROPIEDAD DE NEGOCIOS.....	i
ANEXO 2: GUIÓN DE ENTREVISTA	ii
ANEXO 3: LISTADO DE PERSONAS ENTREVISTADAS.....	vi

Lista de cuadros

1.1 Tipología de A. Portes sobre el capital social.....	25
1.2 Modelo de desarrollo de empresas étnicas.....	31
1.3 Valores asignados a la variable “Lugar de origen”.....	42
1.4 Valores asignados a la variable “Niveles de escolaridad”.....	42
1.5 Valores asignados a la variable “Manejo y uso del idioma en el negocio”.....	43
1.6 Valores asignados a la variable “Trayectoria laboral”.....	43
1.7 Valores asignados a la variable “Redes sociales”.....	44
1.8 Valores asignados a la variable “Mercado que atienden”.....	45
1.9 Valores asignados a la variable “Negocios vacantes”.....	45
1.10 Valores asignados a la variable “Apoyos gubernamentales y no gubernamentales.....	46
2.1 Población total y población de origen mexicano en Phoenix 1950-2000.....	51
2.2 Distribución numérica y porcentual de la población de origen minoritario en Arizona y Phoenix y sus ubicaciones en los sectores de ocupación.....	54
2.3 Distribución absoluta y relativa y cambio porcentual de los negocios propiedad de tres minorías étnicas en Estados Unidos, 1987, 1992, 1997.....	56
2.4 Distribución porcentual de las empresas propiedad de hispanos en Arizona, Maricopa y Phoenix (2002).....	57
2.5 Distribución porcentual de la población de origen étnico en Arizona y Phoenix, según clase de trabajadores.....	58
2.6 Distribución numérica del total de microempresas en el condado de Maricopa en el estado de Arizona y en los Estados Unidos.....	59
2.7 Giro y números de negocios propiedad de inmigrantes mexicanos, identificados por la EHMPA en Phoenix, Arizona, 2007.....	60
3.1 Relación de factores que han incidido en la formación de pequeños negocios establecidos por inmigrantes en Estados Unidos.....	65
3.2 Lugar de origen y niveles de escolaridad de los entrevistados.....	68
3.3 Entrevistados cuya alta escolaridad no fue determinante en la creación de sus Negocios.....	73
3.4 Trayectoria laboral en origen y destino de los entrevistados de origen rural.....	76
3.5 Trayectoria laboral en origen y destino de los entrevistados de origen urbano y nivel básico y medio de estudios.....	77
3.6 Trayectoria laboral en origen y destino de los entrevistados de origen urbano y nivel superior de estudios.....	78
3.7 Edad y trayectoria laboral del entrevistado, tiempo de permanencia en Estados Unidos y experiencia acumulada en el negocio hasta antes de su apertura.....	85
3.8 Nivel de estudios y manejo del idioma inglés de los entrevistados.....	87
3.9 Relación entre el manejo del idioma inglés de los <i>autoempleados</i> y el sector de clientes que atienden.....	89
3.10 Relación entre el manejo del idioma inglés de los que declararon tener un <i>negocio familiar</i> y el sector de clientes que atienden.....	89
3.11 Relación entre el manejo del idioma inglés de los que declararon tener un <i>negocio con empleados</i> y el sector de clientes que atienden.....	90

3.12 Factores de capital humano que influyeron en la creación de negocios de los entrevistados.....	91
4.1 Tipos de apoyo recibido en la llegada a EEUU, búsqueda de empleo y apertura de los negocios.....	96
4.2 Adquisición de habilidades y relación del entrevistado con sus antiguos empleadores y sus actuales empleados.....	101
5.1 Tipos de negocios que atienden el mercado hispano.....	106
5.2 Tipos de negocios que atienden al mercado americano.....	108
5.3 Ubicación de los negocios.....	109
5.4 Negocios registrados ante la ciudad de Phoenix.....	113
5.5 Negocios afiliados a ALAZ.....	114
5.6 Estructuras de oportunidad utilizadas por los inmigrantes mexicanos en Phoenix, Arizona.....	116

Lista de gráficas

2.1 Crecimiento del empleo según sector de ocupación en el condado de Maricopa, Arizona, en el periodo 1969-2000.....	53
2.2 Distribución porcentual de los negocios de origen hispano, según grupo étnico (2002).....	57
2.3 Distribución de los negocios de acuerdo al número de empleados.....	61
2.4 Ubicación de los negocios.....	62

Lista de figuras

3.1 Dimensiones de los negocios de Roxana y Alma Janeth.....	70
3.2 Tipos de trabajo que desempeña Filiberto.....	72
3.3 Vista del taller mecánico 8 & B AUTO BODY.....	80
4.1 Vista exterior de Mueblería San Marcos.....	98

INTRODUCCIÓN

En el estudio sobre la inmigración a Estados Unidos, una línea de investigación ha enfocado su análisis en aquellos inmigrantes que deciden o se ven en la necesidad de trabajar por cuenta propia creando pequeños negocios. Desde esa perspectiva, varias investigaciones han contribuido a una mejor comprensión sobre los factores que inciden en la creación de negocios por parte de inmigrantes de distintos orígenes nacionales.

Wilson y Portes (1980) en su estudio sobre cubanos en Miami mostraron cómo los inmigrantes aceptaban trabajar una temporada en la economía de enclave a su llegada a dicha ciudad, con el propósito de adquirir habilidades suficientes en un oficio o profesión determinada que les permitieran posteriormente establecer sus propios negocios. Para estos autores el *capital humano* con que contaban los inmigrantes cubanos traducido en una amplia experiencia laboral y un alto nivel educativo fueron determinantes en la puesta en marcha de sus negocios.

Otros autores que han hecho aportaciones en el análisis de los factores que inciden en la creación de negocios por parte de inmigrantes en Estados Unidos son Light y Bonacich (1988) quienes hacen referencia a los aspectos *étnicos* y *de clase* que fungieron como soporte en la formación de negocios de los coreanos en Los Ángeles. Los *recursos étnicos* forman parte de la cultura del grupo e incluyen valores, actitudes, liderazgo, solidaridad e instituciones mientras que los *recursos de clase* hacen referencia al estrato social de donde provienen los inmigrantes (clases medias y clases medias altas mayoritariamente) y al grado de educación con el que cuentan. De igual manera, Pyong Gap & Medí Bozorgmehr (2000) llevaron a cabo un estudio comparativo entre propietarios de negocios de origen coreano e iraní y encontraron que el establecimiento de negocios por parte de estos dos grupos étnicos también está fuertemente relacionado con sus recursos étnicos y de clase. Para estos autores, ambos grupos se caracterizan por sus altos niveles de educación y su amplia experiencia laboral, sin embargo, para los coreanos el haber concluido su escolarización en su país de origen les ocasionaba desventajas para insertarse en el mercado laboral en Estados Unidos debido a sus

deficiencias en el lenguaje y a la falta de credenciales para trabajar. En contraste, aun cuando los migrantes iraníes tenían menos desventajas para ingresar al mercado de trabajo no sólo por sus altos niveles de educación sino porque la mayoría de ellos habían terminado su formación escolar en Estados Unidos, también optaron por emplearse por cuenta propia pues consideraban que de esta forma podrían obtener mejores ingresos y mayor independencia.

En un estudio realizado con mexicanos propietarios de negocios en Chicago, Raijman y Tienda (2000) demostraron que aquellos mexicanos que previamente habían trabajado en algún otro negocio del mismo origen étnico, estuvieron expuestos a un mayor entrenamiento y adquisición de habilidades a diferencia de las experiencias de otros grupos de inmigrantes que no trabajaron para empresas de la misma etnia. Otras investigaciones dentro del mismo campo fueron las realizadas por Valenzuela-Varela (1993) con inmigrantes mexicanos residentes en Chicago y Nueva York. De acuerdo con esta autora, además de las condiciones estructurales y coyunturales que posibilitaron la creación de negocios mexicanos, existen otros factores de importancia que dieron continuidad a este proceso, tales como: la solidaridad de grupo, las ayudas mutuas y el rechazo al proceso de aculturación.

Muchos son los factores que de alguna manera han influido en la creación de negocios por parte de inmigrantes en Estados Unidos, entre ellos, el nivel de estudios, el manejo del idioma, la experiencia laboral, el acceso a redes y algunas otras condiciones benéficas propiciadas dentro del contexto del mercado de la nostalgia.¹ Sin embargo, la puesta en marcha de un negocio muy difícilmente se explica a partir de factores aislados, sino que es el resultado de la interacción de distintos componentes y de la manera en la que el individuo (en este caso, el inmigrante) hace uso o tiene acceso a ellos.

Quienes han hecho un esfuerzo por abordar de manera más clara este tema son Waldinger, Aldrich y Ward (1985, 1990) con su modelo de desarrollo de empresas étnicas. El modelo busca explicar los mecanismos a través de los cuales los inmigrantes crean empresas a

¹ Es el concepto que se utiliza para designar los hábitos de consumo compartidos por quienes se aferran a sus raíces cuando están lejos de su país de origen.

Véase: <http://rumboalnorte-radio.blogspot.com/2010/04/el-mercado-de-la-nostalgia.html>

partir de la utilización de diferentes estrategias étnicas que surgen de la interacción de una comunidad étnica establecida y las estructuras de oportunidad que ofrece la sociedad de acogida.

Si bien el modelo de empresas étnicas es una contribución importante en los estudios sobre el tema, no termina de explicar las iniciativas de negocios de los inmigrantes, sobre todo, porque muchas de estas iniciativas no tienen una relación directa con la pertenencia a determinado grupo étnico y pueden provenir del simple instinto de superación del individuo y el uso de sus talentos, hasta de apoyos o recursos obtenidos de otros contactos de origen no étnico.

El argumento principal de este estudio, a partir del análisis de otras investigaciones en el tema, es que la creación de negocios por parte de inmigrantes mexicanos en Phoenix, está estrechamente relacionado con tres aspectos: 1) las características propias del individuo, entre ellas sus habilidades y conocimientos, 2) las redes sociales en las que se ve inmerso a su llegada al país de destino y, 3) las estructuras de oportunidad que le ofrece dicho país o ciudad destino.

De manera concreta, el desarrollo de la presente investigación tiene como objetivo identificar y analizar los recursos de capital humano y capital social que acumularon y movilizaron los inmigrantes mexicanos residentes en Phoenix, Arizona,² así como las estructuras de oportunidad en ese espacio social que fueron propicias para la conformación de pequeños negocios.³

² En la presente investigación, al hablar de Phoenix se estará haciendo referencia a su área metropolitana comprendida por las ciudades de: Phoenix, Mesa, Chandler, Peoria, Glendale, Scottsdale, Sun City, Avondale, Tempe y Gilbert. Sin embargo, cuando se trate de datos o cifras concretas se dejará claro si dicha información se refiere a la ciudad de Phoenix o a su área metropolitana.

³ Para efectos de esta investigación se entenderá por “pequeño negocio” aquella actividad económica generada y realizada de manera independiente por algún inmigrante mexicano residente en Phoenix, Arizona, ya sea dentro del mercado formal o informal, y que en caso de requerir de la contratación de empleados, éstos no excedan en número a diez personas. De esta forma, pequeño negocio no hace referencia solamente a un establecimiento físico sino a una actividad laboral generada por cuenta propia por algún inmigrante haciendo uso de los recursos de capital humano y capital social con los que cuenta y aprovechando las estructuras de oportunidad del contexto de destino.

Se entenderá por capital humano, la suma de conocimientos, habilidades y capacidades adquiridas en los entornos educativo y laboral en las sociedades de origen y destino de los inmigrantes mexicanos que influyeron en la formación de sus negocios establecidos en Phoenix, Arizona. Esta definición se operacionalizó considerando el origen rural o urbano de los inmigrantes, sus grados y niveles de escolaridad obtenidos en México y en Estados Unidos, el manejo del idioma inglés y sus trayectorias laborales.

De igual forma, el capital social fue definido como aquellas redes de relaciones sociales que facilitaron la formación de negocios para el conjunto de inmigrantes mexicanos residentes en Phoenix aquí estudiado. Por ello, se consideraron tres aspectos. El *tipo de relación* establecida entre quienes proporcionan y reciben ayudas o apoyos durante el proceso migratorio y el establecimiento de negocios, sean éstas de carácter familiar, de amistad y/o de paisanaje.⁴ El *tipo de ayuda* recibida, distinguiendo entre recursos tangibles e intangibles, como por ejemplo ayudas monetarias y contactos personales entre los primeros e información estratégica (consejos, orientación diversa) entre los segundos. Finalmente el *tipo de motivación* involucrada en la relación establecida y la ayuda proporcionada, distinguiendo entre motivaciones altruistas y de reciprocidad.

Con el fin de analizar las estructuras de oportunidad del contexto en Phoenix que facilitaron la creación de negocios para los inmigrantes mexicanos, se consideraron las oportunidades potenciales para la apertura de negocios asociadas a la disponibilidad de negocios vacantes, la competencia por éstos y las políticas gubernamentales de apoyo a la formación de pequeños negocios, así como aquellas otras que les permitieron satisfacer la demanda de productos étnicos y no étnicos.

La operacionalización detallada de las definiciones anteriores se presenta en el primer capítulo, en el que se realizó una revisión de la literatura que permitió estructurar un marco teórico-conceptual para fundamentar la investigación a partir de la elección de tres ejes de análisis asociados a los factores de capital humano, capital social y/o estructuras de

⁴ En la literatura sobre redes sociales, este tipo de relaciones han sido denominadas por A. Portes (1995) como *bonding, linking & bridging*.

oportunidad que incidieron en la creación de negocios de inmigrantes en Estados Unidos. La aportación de la presente investigación radica en vincular estos tres ejes analíticos, que otros autores y estudios han desarrollado de forma independiente, con la finalidad de analizarlos de manera conjunta y ofrecer una explicación más clara de los diferentes factores que influyen en la iniciativa de negocios particularmente de los inmigrantes mexicanos en Phoenix, Arizona.

Según el censo de los Estados Unidos, en el periodo 2000-2005, Arizona fue el estado de la Unión Americana con el mayor incremento poblacional, tan sólo después de Nevada, y el condado de Maricopa (donde Phoenix es la ciudad más grande) ocupó el primer lugar nacional con el mayor incremento de población de origen minoritario. En el año 2008, la American Community Survey estimó que el 30.1 por ciento de la población total del estado de Arizona era de origen hispano y que el 91.4 por ciento de dicha población era mexicano.⁵ Según datos de la misma encuesta, en el área metropolitana de Phoenix, ese mismo año había un total de 1'202,992 mexicanos, cifra que representaba el 91 por ciento del total de población hispana en esa área y el 67.2 por ciento del total de la población mexicana en el estado de Arizona.⁶

Este incremento reciente y acelerado de población inmigrante de origen mexicano en el estado de Arizona, el condado de Maricopa y el área metropolitana de Phoenix, además de expresar su significativa magnitud numérica, presenta un reto para el conocimiento de las características, trayectorias y asentamiento de esa población. A este reto, profesores e investigadores de la Universidad Autónoma de Sinaloa han respondido con el desarrollo de un conjunto de trabajos de investigación, entre ellos el proyecto y grupo de trabajo dirigido por el Dr. Blas Valenzuela Camacho, al que me incorporé para el desarrollo de mi propio trabajo de investigación.⁷

⁵En 2008, la población total de Arizona era de 6'500,180, de los cuales 1'959,197 eran de origen hispano, sobresaliendo los mexicanos con una población total de 1'790,787.

⁶ En 2008, según la American Community Survey, Arizona ocupó el cuarto lugar en cuanto a porcentaje de población hispana, después de Nuevo México, California y Texas.

⁷ *"Patrones migratorios e impactos económicos y sociales de la migración internacional sinaloense. El caso de los sinaloenses en Phoenix"*. El objetivo de este proyecto fue explicar la dinámica y los impactos económicos y sociales en los lugares de origen de los migrantes sinaloenses establecidos en Phoenix. Proyecto coordinado por el Dr. Blas Valenzuela y financiado con recursos del Fondo Mixto CONACYT-Gobierno del Estado de Sinaloa (FOMIX Sin-C2006-C01-42103) y del Programa de Fomento y Apoyo a Proyectos de Investigación de la Universidad Autónoma de Sinaloa (PROFAPI 2007/130)"

Con el fin de tener un primer acercamiento con aquellos inmigrantes mexicanos en Phoenix, dueños de pequeños negocios, se hizo uso de información recopilada por la *Encuesta a Hogares Mexicanos en Phoenix, Arizona* (EHMPA), aplicada en noviembre de 2007 en 547 hogares como parte del proyecto antes mencionado. En la encuesta se incluyó un apartado de preguntas que cuestionaba a la persona que respondía sobre la existencia de negocios propiedad de algún integrante del hogar, captando información acerca del giro del negocio, el propietario, el encargado, el año de apertura, la ubicación y el número de empleados mexicanos y familiares. Esta información permitió generar una base de datos con información de 60 negocios correspondientes a 55 hogares que dijeron ser propietarios de al menos un negocio y sistematizar las características de esos negocios y el perfil sociodemográfico de sus dueños, con el propósito de tener una primera referencia del tipo de negocios que creaban los mexicanos entrevistados por el proyecto en Phoenix, Arizona.

Gracias al registro de los domicilios de los hogares identificados en la encuesta, fue posible ubicarlos en la ciudad de Phoenix y realizar entrevistas en profundidad con 15 personas que dijeron ser propietarias de negocios. El objetivo de las entrevistas fue reconstruir las trayectorias laborales y migratorias y obtener información que permitiera identificar detalladamente sus recursos de capital humano y capital social, así como su conocimiento y acceso a las estructuras de oportunidad existentes en Phoenix.

A partir de la técnica de bola de nieve y con objeto de ampliar el número de entrevistados, se identificaron otras 16 personas de origen mexicano que declararon ser propietarios de algún pequeño negocio.

El presente estudio se desarrolla incluyendo además de cinco capítulos este apartado introductorio y otro más de conclusiones. El primer capítulo inicia con la revisión de los trabajos de un conjunto de autores que han estudiado los procesos de inmigración y la inserción laboral de los inmigrantes en las sociedades de destino, concretamente en Estados Unidos. Entre ellos, se tomó como guía a quienes han analizado la formación de pequeños negocios o bien de pequeñas empresas creadas por inmigrantes, enfocando los ejes de análisis

propuestos para esta propia investigación: el capital humano, el capital social y las estructuras de oportunidad. Por ello, el capítulo tiene tres apartados estrechamente vinculados con esos ejes. El capítulo concluye con una sección última en la se expone cómo se desarrolló la operacionalización de esos mismos tres ejes para analizar la información generada en la Encuesta (EHMPA) y orientar las entrevistas en profundidad y las entrevistas con informantes claves, así como sistematizar posteriormente toda esta información, acentuando su carácter cualitativo.

La historia de los asentamientos mexicanos en Arizona y en Phoenix, si bien no es reciente, se ha intensificado aceleradamente en la última década. En el segundo capítulo se presenta de manera panorámica ese proceso histórico, y se enfoca estadísticamente el incremento masivo de la población hispana y mexicana en esos territorios, así como el crecimiento de los pequeños negocios hispanos y mexicanos en referencia al conjunto de Estados Unidos. En otra sección se analiza la información proporcionada por la EHMPA, enfocando las características de los negocios establecidos por los inmigrantes mexicanos entrevistados y sus perfiles socio-demográficos. Esta información se constituyó en un primer referente que permitió orientar, a la par de los ejes de análisis propuestos, la guía de las entrevistas en profundidad y encauzar la selección de entrevistados.

Siguiendo los ejes de análisis que orientaron la indagación sobre los recursos de capital humano, capital social y el conocimiento y acceso a las estructuras de oportunidad, se decidió en primer término ordenar y sistematizar detalladamente la información captada en las entrevistas en profundidad y en las entrevistas con informantes clave. La riqueza de esta información cualitativa representó un reto para su organización, presentación y análisis. Este reto implicó realizar un detallado trabajo que se refleja en los capítulos tercero, cuarto y quinto.

A pesar de la guía y orientación que proporcionaron los ejes de análisis propuestos para realizar la investigación, la complejidad y diversidad de procesos implicados en las trayectorias migratorias y laborales, como procesos sociales reflejan a la vez la multiplicidad de situaciones que enfrentan los inmigrantes en el mercado laboral de destino. Si bien no todos

los informantes pueden ser considerados propietarios de pequeños negocios, y muchos menos podrían ser clasificados como pequeños empresarios, su incorporación flexible y precaria y las características mismas de sus ocupaciones tanto en los mercados étnicos como en los mercados formal e informal reflejan el lugar que ocupan los inmigrantes en las economías desarrolladas, panorama que se discute en la sección final de conclusiones.

CAPÍTULO I

LA CREACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS DE LOS INMIGRANTES MEXICANOS EN ESTADOS UNIDOS. CONSTRUCCIÓN DE UN MARCO REFERENCIAL

En el estudio de la migración mexicana a Estados Unidos, en las últimas dos décadas ha cobrado interés la investigación en torno a la conformación y establecimiento de pequeños negocios por inmigrantes mexicanos. Si bien la existencia de negocios se remonta a los primeros asentamientos de este grupo étnico, se trataba de entidades de reducido tamaño con carácter de pequeños establecimientos de barrio. Aunado al crecimiento de la población de origen mexicano en Estados Unidos, en años recientes los negocios propiedad de mexicanos también han experimentado un notorio incremento (Valenzuela-Varela, 2003).⁸

Con el propósito de describir y examinar la conformación de negocios por parte de los inmigrantes mexicanos en Phoenix, Arizona, en este primer capítulo se sistematizaron las aportaciones conceptuales de varios autores respecto a tres ejes de análisis: la formación del capital humano, la creación del capital social y los determinantes asociados a las estructuras de oportunidad en el contexto de destino. El objetivo fue identificar y estudiar los recursos de capital humano y capital social que acumularon y movilizaron los migrantes mexicanos, así como las estructuras de oportunidad que resultaron propicias para el establecimiento de negocios en Phoenix, Arizona.

En la investigación, la acumulación y movilización de capital humano y social se refirió a la diversidad de recursos individuales, familiares y comunitarios que los migrantes poseen o adquieren y las formas en que disponen de ellos, los combinan o los utilizan para establecer negocios por cuenta propia, tanto en el sector formal como desde la informalidad.

⁸ Datos de la Survey of Business Owners (2007) revelaron para ese mismo año la existencia de 2.3 millones de empresas propiedad de hispanos en Estados Unidos, un incremento del 43.6 % respecto al 2002. Según la misma encuesta en 2002, del total de negocios propiedad de hispanos, se registraron 701, 078 negocios de origen mexicano (equivalente al 45 % de las empresas hispanas).

Para desarrollar el análisis de los ejes teóricos que guían esta investigación, este primer capítulo está organizado en cinco secciones. La primera inicia describiendo los estudios que han destacado las características de los procesos de inmigración y la inserción laboral de los migrantes en las sociedades de destino. En una segunda sección se discute el tema de la economía étnica y el enclave étnico como mercados internos que protegen a los trabajadores inmigrantes brindándoles oportunidades de empleo, algunas veces negadas en el mercado general de trabajo. La tercera sección se centra en la revisión de las propuestas conceptuales vinculadas con los tres ejes de análisis: el capital humano, el capital social y las estructuras de oportunidad en las sociedades de destino. Debido a que la mayoría de los estudios aquí analizados hacen referencia al tema de la empresariedad de inmigrante, en un quinto apartado se discute brevemente sobre la pertinencia del uso de conceptos como el de empresa étnica y empresario étnico. En la última parte se expone la forma en que fueron operacionalizados cada uno de los ejes de análisis, esto es, la propuesta metodológica que permitió llevar a cabo la investigación.

1.1 Inmigración y mercados de trabajo

Desde los comienzos de la época de la migración en masa, hace más de un siglo, muchas han sido las explicaciones que se le han dado a este fenómeno. Se trata de un hecho persistente a lo largo de los años, cuyas causas han sido muy diversas. Las diferentes teorías que tratan de explicar la migración relacionan este proceso con el comportamiento humano, la perspectiva micro de la adopción individual de decisiones y/o, la perspectiva macro de los factores determinantes estructurales tanto de los lugares de origen como los de destino (Arango, 2000: 33).

Para Sassen (1993), la migración internacional funciona como un sistema mundial de suministro de mano de obra que logró consolidarse a partir de la penetración del capitalismo. Los primeros sistemas de suministro de mano de obra dependieron de movimientos forzados de gente de una zona colonial a otra, de una zona de la periferia a otra y de la subyugación de poblaciones indígenas y su transformación obligada a trabajadores mediante medios como la esclavitud, la servidumbre y la encomienda.

A mediados del siglo XIX se da un cambio en la corriente de mano de obra, mediante la subordinación de amplias zonas del mundo. De ahí en adelante, las principales corrientes laborales internacionales nacieron en los países menos desarrollados y fueron a satisfacer las necesidades de mano de obra de los países en vías de industrialización (Sassen, 1993).

De acuerdo con M. Piore (1979), la migración internacional obedece a una demanda de mano de obra que tiene su origen en las características intrínsecas de las sociedades industriales avanzadas que producen una segmentación en sus mercados de trabajo, debido a que las economías muy desarrolladas necesitan extranjeros para ocupar empleos que rechazan los trabajadores locales.

En las economías avanzadas existen trabajos inestables, originados por la división de la economía en un sector primario de uso intensivo de capital y en un sector secundario de uso intensivo de mano de obra y baja productividad, lo que da lugar a un mercado de trabajo segmentado. Los trabajos en el sector primario son mayormente reservados para los nativos mientras que los migrantes se encuentran particularmente en el sector secundario (Piore, 1979: 35). El sector primario ofrece puestos de trabajo con salarios relativamente elevados, buenas condiciones de trabajo, posibilidades de avance, equidad y procedimientos establecidos en cuanto a la administración de las normas laborales y, por encima de todo, estabilidad de empleo. En cambio, los puestos del sector secundario tienden a estar mal pagados, con pésimas condiciones de trabajo y pocas posibilidades de avance; a llevar una disciplina laboral más dura y caprichosa por parte de sus supervisores, y a estar caracterizados por una considerable inestabilidad de empleo y una elevada rotación de la población trabajadora (Piore, 1983: 194).

Todas esas condiciones en el mercado de trabajo secundario hacen que los trabajadores nativos rechacen dichos empleos. La reticencia de los trabajadores locales a ocupar trabajos poco atractivos no puede solucionarse a través de mecanismos de mercado normales, tales como aumentar los salarios correspondientes, pues aumentarlos en el extremo inferior de la escala laboral exigiría aumentarlos proporcionalmente en los siguientes escalones para respetar la jerarquía, lo que produciría una inflación estructural. Los trabajadores extranjeros

de países de bajos ingresos, especialmente los temporales y los que esperan poder regresar algún día a sus lugares de origen, están dispuestos a aceptar esos trabajos porque el bajo salario suele resultar alto si se le compara con lo que es la norma en sus países, y porque la posición social y el prestigio que cuenta para ellos son los de su país. Por último, tal demanda estructural de mano de obra para los trabajos de los niveles más bajos ya no puede atenderse recurriendo a mujeres y adolescentes, ya que el trabajo femenino ha perdido su condición secundaria y dependiente en favor de una condición autónoma y orientada a la carrera profesional. Además, el menor índice de fecundidad y la prolongación de la educación han reducido la disponibilidad de los jóvenes (Arango, 2000:39).

El análisis de la economía dual desarrollado por Portes y Wilson (1996), está basado en el reconocimiento de que las tendencias monopolísticas en la industria no son una anomalía estadística, sino que constituyen tal vez el rasgo característico del capitalismo avanzado. Los autores apoyan la existencia de un mercado de trabajo primario y secundario. El primero tiene características positivas de estabilidad, posibilidades de promoción, altos salarios y buenas condiciones de trabajo, mientras que el mercado secundario ofrece todo lo contrario. Además de las características anteriores y dentro del sentido conceptual centro-periferia, el mercado primario se ubica en la economía del centro, mientras que el mercado de trabajo secundario reside en la periferia (Portes y Wilson, 1996: 172). Las empresas en el centro son capaces de hacer pleno uso de economías de escala y de la estructura productiva de organizaciones geográficamente dispersas y verticalmente integradas. Por el contrario, las empresas en la periferia debido a que están sujetas a las limitaciones de la competencia, están obligadas a mantener bajos los salarios, de otro modo podrían llegar a declararse en quiebra. Los bajos salarios y la falta de escalones internos de promoción fomentan la rápida rotación de los trabajadores. Esta inestabilidad laboral es la característica definitoria del mercado de trabajo secundario (Portes y Wilson, 1996: 171-172; Piore, 1975).

Portes y Wilson plantean de manera particular la situación de la inmigración contemporánea a Estados Unidos en relación con la teoría del mercado de trabajo dual. La inmigración reciente a Estados Unidos se ha centrado en los flujos de mano de obra dirigidos principalmente al mercado secundario; los nuevos trabajadores inmigrantes se definen como

mano de obra vulnerable y destinada a bajos salarios dentro de las ocupaciones inestables de la economía periférica. Sus experiencias ocupacionales anteriores y otras inversiones en capital humano cuentan muy poco para estos inmigrantes ya que, a diferencia de los trabajadores en el sector primario, son contratados principalmente debido a su vulnerabilidad, más que a sus habilidades (Portes y Wilson, 1996: 173).

Saskia Sassen (1998) también analiza la existencia de una tendencia más amplia y generalizada hacia una dualización del trabajo profundamente arraigada en la organización económica y particularmente evidente en ciudades globales. En el caso de Estados Unidos, la transformación de la estructura ocupacional y de los ingresos, ha traído como resultado la expansión de los trabajos con bajos salarios, no calificados o semi-calificados. El decline del sector manufacturero y el crecimiento del sector servicios incrementó la proporción de trabajos temporales y de medio tiempo, aumentando la absorción de gran número de inmigrantes al mercado de trabajo (Sassen, 1998: 34). Por otro lado, las necesidades de consumo y el número creciente de profesionales de altos ingresos han hecho que la demanda de trabajadores aumente en cierto tipo de servicios personales, tales como cuidadores de edificios, trabajadores en restaurantes, preparadores de alimentos, caminadores de perros, limpiadores de departamentos, cuidado de niños, etc. Muchos de estos empleos se llevan a cabo de manera informal y quien los ocupa carece de prestaciones sociales.

Se ha dado pues, una rápida expansión de la economía informal en las principales ciudades de Estados Unidos donde los inmigrantes indocumentados son los que tienen mayores posibilidades de emplearse en esta clase de trabajos pobremente pagados, que ofrecen poca seguridad en el empleo, generalmente requieren de pocas habilidades y poco conocimiento del inglés y frecuentemente se realizan en turnos nocturnos y fines de semana (Sassen, 1998: 48).

Este incremento en las prácticas en la economía informal, junto con el decline en las industrias manufactureras y el aumento en las industrias de los servicios, según R. Staring (2000), son las características que distinguen a las economías avanzadas. Los inmigrantes representan una fuerza de trabajo barata y empleada por las empresas en el extremo inferior de

la industria de los servicios, ellos están dispuestos a asumir puestos de trabajo que la mayoría de los nativos evitan debido a su mala remuneración económica y a la baja categoría que representan. Estos trabajos son denominados 3D (por sus siglas en inglés): *dirty, dangerous and difficult*. Los inmigrantes con habilidades mínimas, sirven como mano de obra perfecta para esos puestos de trabajo sin salida.

Para Rath y Kloosterman (2001), la rápida expansión de la economía informal como consecuencia de la situación de exclusión del mercado formal y las desventajas económicas que este ofrece, ha generado un aumento en las tasas de autoempleo principalmente de los inmigrantes y ha abierto también nuevas oportunidades para la creación de pequeños negocios.

Retomando las aportaciones de los autores anteriores, hay una clara manifestación de cómo los inmigrantes a su llegada al país de destino se insertan principalmente en empleos precarios y mal remunerados. Las pésimas condiciones que les ofrece el mercado de trabajo “secundario” se convierte *en ocasiones* en una de las razones por la que los inmigrantes deciden entrar al mercado informal (a través de la venta de algún producto o servicio) con la esperanza de ver un incremento en su nivel salarial. Hay también quienes de manera regulada y formal deciden emprender pequeños negocios enfocados la mayoría de las veces a satisfacer las necesidades de su misma comunidad étnica, esto debido a que además de que creen conocer los gustos y preferencias de sus connacionales se sienten protegidos dentro de un grupo que comparte su mismo bagaje cultural.

Los inmigrantes mexicanos en Phoenix, Arizona, coincidieron en que a su llegada a dicha ciudad, la gran mayoría ocupó puestos de trabajo que requerían de habilidades mínimas (tales como lavar platos, limpiar jardines y otros oficios menores) y que rara vez tenían alguna relación con los conocimientos adquiridos o la experiencia laboral acumulada en su país de origen. Aceptaron también, que si bien las condiciones de trabajo no son las mejores comparadas con otros empleos de mayor categoría, lo relevante es que la remuneración económica que reciben por llevar a cabo tal actividad si es mayor en comparación con lo recibido en México.

La inserción laboral de los mexicanos en Phoenix no solamente hace referencia a la ocupación de puestos rechazados por los nativos en el mercado general de trabajo. Hay inmigrantes que a su llegada ya cuentan con algún contacto que les facilita la entrada a un mercado laboral más específico, donde si bien los empleos realizados pueden ser muy similares a los del mercado general, las condiciones de trabajo llegan a ser mas amenas al estar rodeados de gente del mismo origen étnico.

1.2 La economía étnica y el enclave étnico: mercados que protegen a los trabajadores inmigrantes.

La economía étnica nace como resultado de una búsqueda común de estrategias por parte de los inmigrantes en las sociedades de destino para escapar de la supresión social y económica a la que son sometidos en el mercado general de trabajo. El origen del concepto se ubica en la literatura acerca de las minorías empresariales, abarcando a grupos empresariales tradicionales y a grupos minoritarios recientemente integrados a la actividad empresarial (Bonacich y Modell, 1981; Light, 1999; Light y Gold, 2000). La economía étnica se constituye como un mercado interno de trabajo que protege a los trabajadores inmigrantes de la competencia en el mercado general, proporcionándoles adicionalmente el entrenamiento necesario para emprender actividades empresariales futuras (Raijman y Tienda, 2000).

La economía étnica incluye a aquellos inmigrantes o integrantes de una minoría étnica que son auto-empleados, empleadores y sus trabajadores no asalariados, así como empleados asalariados en firmas coétnicas. Fuera de la economía étnica está el mercado general de trabajo, entendido el concepto en el sentido de la teoría de la reestructuración, que divide el mercado laboral en primario y secundario, siendo el capital humano la variable básica que determina la inserción. En el primero se encuentran ocupaciones que requieren alto grado de educación y capacitación y ofrecen a cambio altos salarios y prestaciones dentro del sector formal, mientras el secundario ofrece ocupaciones dentro de las industrias intensivas en mano de obra de baja calificación, salario y prestaciones. En contraste, los contornos de una economía étnica están definidos por raza, etnicidad y origen nacional, su característica distintiva

surge de las ventajas económicas inherentes a las relaciones entre empresarios y entre empresarios y trabajadores del mismo origen (Logan, et al; 1994; Light & Gold, 2000: 9).

Para Waldinger (1986), las economías étnicas pueden operar como mercados de trabajos protegidos debido a que en ausencia de competencia nativa, los inmigrantes generalmente pueden disfrutar de oportunidades de empleo de otro modo negadas para ellos. Dentro de las economías étnicas los inmigrantes pueden acceder a oportunidades de empleo a lo largo de toda la jerarquía ocupacional, incluyendo posiciones gerenciales, administrativas y profesionales.

El concepto de economía étnica según Light y Gold (2000: 23) puede clasificarse en función de varios factores, de acuerdo al factor que determina la dominancia étnica de la industria o actividad que se trate, la economía étnica puede dividirse en *economía étnica de propiedad* y *economía étnicamente controlada* (*ethnic ownership economy* y *ethnic controlled economy*). En la primera de ellas la dominancia está determinada por el factor de propiedad, es decir, una economía étnica de propiedad se compone de auto-empleados que son propietarios de las firmas y sus empleados co-étnicos, si los hay.

En el segundo caso este hace referencia al control que ejerce una etnia determinada en cierta industria u ocupación (donde está sobre representada) sobre variables inherentes al mercado de trabajo como ingreso al empleo, nivel salarial y de prestaciones. No se trata de quien es el propietario, sino quien ejerce control en función de la etnicidad (Light y Gold, 2000: 23).

Estas dos clasificaciones anteriores se pueden dividir también en función de los mercados sobre los que inciden. Tanto la economía étnica de propiedad, como la economía étnicamente controlada (*ethnic ownership economy* y *ethnic controlled economy*), pueden subdividirse en una parte formal, informal e ilegal (Light & Gold, 2000: 27-53).

Una economía étnica de propiedad o controlada se encuentra dentro del mercado formal cuando la actividad empresarial que la constituye integra firmas que se dedican al

manejo de bienes y/o servicios contemplados dentro de la normatividad y además, estas firmas cumplen con los lineamientos en torno a las regulaciones aplicables a su actividad (tales como el pago de impuestos, mecanismos salariales, niveles de prestaciones laborales, etc.).

Una economía étnica se considera informal cuando siendo esta de propiedad o controlada, se dedica a la producción y/o comercialización de bienes y/o servicios considerados legales pero falla en cumplir con las regulaciones impuestas por la normatividad al respecto de su funcionamiento, como el pago de impuestos, normas salariales y de prestaciones laborales o regulaciones de uso de suelo.

Finalmente está la categoría de la economía étnica ilegal que siendo esta de propiedad o controlada, se concentra en actividades económicas que implican la producción y/o comercialización de productos y/o servicios prohibidos por la ley, como medicamentos controlados de contrabando, pornografía, prostitución, apuestas ilegales, entre otros (Light y Gold, 2000).

En relación al concepto de *enclave étnico* acuñado por Wilson y Portes para analizar a los inmigrantes empresarios cubanos en el mercado laboral de Miami, este término es muy parecido al concepto de economía étnica y por mucho tiempo fueron erróneamente confundidos, actualmente la literatura distingue ambos conceptos. Una primera distinción es que el concepto de economía étnica se deriva de la literatura de las minorías empresariales mientras que el de enclave étnico tiene sus orígenes en la teoría del mercado dual de trabajo (Light & Gold, 2000: 11).

Para Wilson y Portes (1996) la segmentación del mercado de trabajo significa la coexistencia a largo plazo de mercados comunicados en los cuales son muy claras las diferencias salariales y de satisfacción laboral. Para estos autores, una de las ventajas de la economía de enclave es su habilidad para generar mayores ganancias a los inmigrantes que cuentan con el soporte de esta estructura.

El concepto de enclave étnico fue propuesto con el propósito de explicar las altas tasas de autoempleo de los inmigrantes de origen cubano residentes en Miami y además postular que la concentración residencial mejoraba la habilidad de los propietarios de empresas para capitalizar y beneficiarse de la estrecha relación coétnica.

Para Portes y colaboradores,⁹ la característica principal del enclave étnico más allá de la aglomeración locacional de firmas de un mismo grupo étnico (en este caso los cubanos) es la integración vertical y horizontal de proveedores y distribuidores que gozan por ello de privilegios propios de los monopolios debido a su concentración y confianza mutua. De igual manera, los enclaves étnicos proveen más fácilmente oportunidades de movilidad para trabajadores que aspiran al autoempleo. Los empleados en el enclave étnico se convierten en auto empleados, a veces con el apoyo de sus empleadores, o se mueven hacia posiciones mejor pagadas fuera del enclave (Portes y Bach, 1985; Portes y Manning, 1986).

Como el concepto de enclave étnico maduró, el término permaneció como una ventaja económica de concentración locacional. Esta ventaja económica significa la habilidad de la economía de enclave para generar mayores ganancias a los participantes que las que podrían haber obtenido sin el soporte de esta estructura. Fue así como el enclave étnico se convirtió en un caso especial de economía étnica. Cada grupo de inmigrantes o minorías étnicas tienen una economía étnica, pero sólo algunas economías étnicas están territorialmente concentradas y presentan ventajas económicas cuasi-monopolizadas. En otras palabras un enclave étnico requiere concentración locacional de firmas, interdependencia económica y empleados, mientras que una economía étnica, no requiere de todo esto. Como resultado, los investigadores concluyen que el enclave étnico es mucho menor que una economía étnica. Cuando las firmas étnicas no están todas concentradas en un vecindario como la *pequeña Habana* en Miami, o cuando los propietarios de las firmas no tienen empleados, o cuando no se obtiene una integración vertical y horizontal, una economía étnica existe, mas no un enclave étnico (Light & Gold, 2000:15).

⁹ Véase Wilson y Portes 1980, Portes y Bach, 1985, Portes y Manning, 1986.

Si bien, en la presente investigación se reconocen las ventajas que representa una economía étnica y/o enclave étnico para su población coétnica, es importante considerar también que existen situaciones en la que los inmigrantes no aprovechan dichos beneficios o simplemente no tienen acceso a ellos pero cuentan con otro tipo de recursos que les abren las puertas para iniciar un negocio de forma independiente.

1.3 Los ejes de análisis: el capital humano, el capital social y las estructuras de oportunidad

En el presente apartado se destacan las aportaciones teóricas de varios autores en relación a sus estudios con *empresarios inmigrantes* en Estados Unidos y se rescatan algunos planteamientos donde se hace visible la presencia de factores de capital humano, capital social y estructuras de oportunidad, que incidieron en la creación de los negocios de los inmigrantes.

1.3.1 El capital humano asociado al estudio de los empresarios migrantes.

El caso de los cubanos en Miami presentado por Wilson y Portes (1980) es un claro ejemplo de cómo estos inmigrantes hicieron uso de su capital humano aprovechando sus niveles de educación y su experiencia laboral para la creación de sus negocios. Se reconoce que la situación de los cubanos en Estados Unidos (asilados políticos) es distinta a la de muchos mexicanos (inmigrantes ilegales) sin embargo es importante recuperar los planteamientos de estos autores para tener una visión más amplia y clara de los factores que inciden en la creación de negocios por parte de inmigrantes en Estados Unidos. El advenimiento de Castro al poder en 1959, trajo consigo la migración masiva de cubanos a Estados Unidos; los primeros en salir de Cuba fueron los grandes propietarios de tierra, industriales y aquellos cubanos altamente educados y con grandes puestos gerenciales en empresas propiedad de estadounidenses. El flujo de refugiados cubanos en Miami se aceleró con los años, tanto que durante la administración de Kennedy se estableció el Programa de Refugiados Cubanos (PRC). La masiva llegada de refugiados cubanos causó fuertes agravantes en la economía del área durante los años de 1960, teniendo como consecuencia la relocalización de los migrantes en diferentes comunidades en Estados Unidos, donde muchos de los cubanos no sólo tuvieron

que salir de Miami sino que también cambiaron de profesión y de ocupación. A principios de 1970, hubo evidencia de una significativa migración de retorno a Miami. Los migrantes que habían sido relocalizados usaron ese periodo de tiempo como una oportunidad de acumulación de capital al igual que aquellos migrantes que permanecieron en zonas industriales de altos salarios. Al regresar estos migrantes, sus inversiones en pequeña escala se agregaron a aquellas hechas con capital traído de Cuba para consolidar un enclave económico inmigrante (Wilson y Portes, 1980, 302). De acuerdo con estos autores, en el caso cubano, los recursos de capital humano con que contaban los inmigrantes, particularmente su formación escolar, conocimientos y experiencia laboral, fueron determinantes en la creación de sus negocios.

En un estudio comparativo realizado por W. Cornelius y T. Tsuda (2003) acerca de los salarios de los inmigrantes y su incorporación en el mercado laboral en Japón y en Estados Unidos, estos autores analizan los ingresos como una función variable de capital humano y social. En la medición del capital humano, los autores incorporan la variable “manejo del lenguaje” y encuentran que en sociedades receptoras de inmigrantes, con una cultura y un idioma diferente, hablar y entender el idioma del país receptor es relevante en la determinación de los salarios (particularmente en el caso de Estados Unidos).

De igual forma, M. Tienda (1983) encuentra que las características propias de los trabajadores pueden ser pieza clave dentro de su estratificación en los mercados de trabajo. En su trabajo comparativo de hispanos nativos y no nativos en Estados Unidos, Tienda encontró que la habilidad en el lenguaje junto con el tiempo de permanencia en dicho país es preponderante en el nivel de ingresos de los hispanos. Esta misma autora en colaboración con Raijman (2000) encontró también que la habilidad en el inglés tiene consecuencias directas en la probabilidad de convertirse en propietario de un negocio.

Otros que han contribuido en relación a los estudios sobre capital humano y empresariedad son Light y Bonacich (1988). Estos autores llevaron a cabo una investigación sobre empresarios coreanos en Los Ángeles, haciendo referencia al capital humano como parte de los aspectos “étnicos y de clase” que fungieron como soporte en la formación empresarial de esta minoría étnica. Para estos autores los *recursos étnicos* son parte de la cultura de este

grupo empresarial, incluyen valores, conocimiento, habilidades, información, actitudes, liderazgo, solidaridad e instituciones, mientras que los *recursos de clase* pueden ser de tipo cultural y material. Del lado material los recursos de clase se refieren a la propiedad privada en los medios de producción o distribución, salud personal e inversión en capital humano; por el lado cultural, los recursos de clase son valores empresariales, actitudes, conocimiento y habilidades transmitidas de generación en generación en el curso de la socialización primaria.

En el caso específico de los coreanos en Los Ángeles, tanto los recursos étnicos como los de clase fueron el soporte de su empresarialidad. En cuanto a los recursos de clase los coreanos fueron *altamente educados* en su país de origen, provenían de clases medias o clases medias-altas, lo que les permitió que a su llegada a los Estados Unidos logaran tener un ingreso estable y permanente. Por el lado de los recursos étnicos, los coreanos se transmitían información acerca de negocios entre ellos mismos, trabajaban largas jornadas, movilizaban la mano de obra familiar, mantenían patrones de nepotismo y paternalismo, expresaban satisfacción con las pobres remuneraciones recibidas y utilizaban asociaciones de crédito rotativas para financiar sus negocios (Light y Bonacich, 1988: 19).

Entre los hallazgos más importantes de Light y Bonacich, se encontró que los empresarios coreanos comparados con aquellos empresarios no coreanos tenían en promedio más años de educación que estos últimos; que los empresarios coreanos tenían jornadas de trabajo más largas que los no coreanos, 40.1 horas de trabajo por semana para los coreanos vs 37.9 horas de trabajo semanal para los no coreanos. En promedio, los empresarios coreanos trabajaban 16 por ciento más que los no coreanos.

En cuanto a los empleados familiares de los propietarios coreanos, éstos reportaban trabajar 40.7 horas por semana a diferencia de los no coreanos que sólo reportaban 33.3 horas. De los empleados familiares de los empresarios coreanos el 2.2 por ciento eran empleados sin goce de sueldo comparados con tan sólo un 0.4 por ciento de empleados no coreanos.

Otra de las economías étnicas importantes en Estados Unidos es la de los migrantes Iraníes, quienes junto con los coreanos forman parte de los dos grupos étnicos empresariales

que más han sobresalido particularmente en la ciudad de Los Ángeles desde la década de los ochentas. En el 2000, Pyong Gap Min & Mehdi Bozorgmehr llevaron a cabo un estudio comparativo entre empresarios iraníes y empresarios coreanos con el propósito de analizar las causas y las consecuencias de dichas economías étnicas empresariales. Para estos autores, el establecimiento de negocios por parte de los migrantes coreanos e iraníes tiene que ver también con los recursos 'étnicos' o de 'clase' y es dentro de estos recursos donde se identificarán algunos aspectos del capital humano.

Para Pyong Gap Min & Mehdi Bozorgmehr (2000: 722), los empresarios coreanos se caracterizan principalmente por sus altos niveles de educación y su amplia experiencia ocupacional. Estos autores encontraron que para los coreanos el haber concluido su escolarización en su país de origen, ocasionó desventajas para insertarse en el mercado laboral en Estados Unidos respecto al lenguaje y credenciales para trabajar, por lo que decidieron emplearse por cuenta propia, convirtiéndose en empresarios. En contraste, aun cuando los inmigrantes iraníes tenían menos desventajas para ingresar al mercado de trabajo no sólo porque tenían más altos niveles de educación sino porque la mayoría de ellos habían terminado su formación escolar en Estados Unidos, también optaron por emplearse por su cuenta pues consideraban que de esta forma podrían obtener mejores ingresos y mayor independencia.

Si bien en los casos anteriores, los autores hacen énfasis en los recursos de clase que les permitieron a los empresarios migrantes tanto coreanos como iraníes tener altos niveles de educación, es importante rescatar que dentro de los recursos étnicos existen otros aspectos relacionados con el capital humano como los valores, habilidades y conocimientos aprendidos y transmitidos de generación en generación para lograr el éxito de sus negocios. De igual manera, existen características propias al ser humano que en un momento determinado pueden influir en la toma de decisiones, en este caso, decisiones de índole empresarial, como lo argumenta Valenzuela-Camacho (2007).

Valenzuela-Camacho (2007) afirma que la presencia de sinaloenses en Estados Unidos está creciendo y transformándose de un flujo demográfico de baja intensidad a un proceso

determinante en la economía regional sinaloense. En su estudio encontró que una de las condiciones que favorecieron la actividad empresarial fueron las características individuales de los empresarios tales como la confianza en sí mismos, mayor propensión al riesgo y una fuerte necesidad de autonomía e independencia económica. Entre los hallazgos de su investigación encuentra que todos los sinaloenses entrevistados experimentaron un momento de ruptura que los llevó a convertirse en empresarios: “En circunstancias en las que muchos hubieran tomado otras alternativas de inserción, los migrantes entrevistados fueron capaces de cortar las amarras y aventurarse en territorio desconocido guiados sólo por su juicio de que las cosas podrían salir bien...” (Valenzuela-Camacho 2007: 153).

Además de las habilidades, talentos y conocimientos de un individuo, otro aspecto importante a considerar como parte del capital humano es el ambiente de socialización en el que éste se desarrolla (Thurow, 1978). Particularmente el ámbito rural o urbano en el que el individuo crece está estrechamente vinculado con el desarrollo de su capital humano. En las áreas rurales el déficit en capital humano se traduce en indicadores de analfabetismo mayores al de zonas urbanas debido generalmente a la falta o baja calidad del servicio educativo formal (M. Hasam, 2001).

De acuerdo a las aportaciones anteriores de los autores, los recursos de capital humano que incidieron directamente en la creación de negocios por parte de inmigrantes en Estados Unidos fueron: a) un alto nivel educativo, b) experiencia laboral, c) el manejo del idioma inglés, d) aspectos étnicos y de clase, (entre ellos el nivel de educación y su pertenencia a clases medias o medias altas), e) el ambiente de socialización primaria y, f) algunas características individuales de los inmigrantes.

Tomando en consideración la revisión de las aportaciones de los autores, el capital humano quedó definido como la suma de conocimientos, habilidades y capacidades adquiridas en los entornos educativo y laboral en las sociedades de origen y destino que influyeron en la formación de pequeños negocios establecidos en Phoenix, Arizona. En el capítulo tres se da a conocer a detalle la información obtenida con los entrevistados mexicanos en Phoenix en relación a su capital humano acumulado y utilizado en el establecimiento de sus negocios.

1.3.2 El capital social vinculado al estudio de los empresarios migrantes.

El siguiente eje analítico a considerar en la construcción de este marco teórico es el de “capital social” y su influencia en la formación de negocios de migrantes en Estados Unidos. Anteriormente se hizo alusión a aspectos asociados al ser humano tales como la educación, conocimientos, experiencia y habilidades, ahora es pertinente analizar atributos propios de una estructura social dada, características grupales que se construyen a partir de interacciones entre individuos.

Un autor que ha hecho aportaciones al concepto y distingue diversos tipos de capital social es A. Portes (1995:12).¹⁰ Este autor define al capital social como “la capacidad de los individuos para controlar recursos escasos en virtud de su asociación en redes o estructuras sociales limitadas”. Dichos recursos pueden incluir tangibles económicos (como descuentos en los precios y prestamos libres de intereses), o intangibles como información acerca de las condiciones de los negocios, consejos en el empleo, etc. Estos recursos por si mismos no son capital social; el concepto se refiere a las habilidades individuales para movilizar dichos recursos sobre la demanda. Para Portes, adquirir recursos a través del capital social frecuentemente cumple con la expectativa de reciprocidad en algún momento en el futuro. Para que dichos recursos tengan el carácter de donación significa que no se esperará a cambio cierta cantidad de dinero u otro tipo de valor en un periodo de tiempo dado.

Portes distingue dos tipos de motivación por parte de los benefactores o donantes.¹¹ El capital social puede surgir debido a que el benefactor siente que el ceder dichos recursos *es lo correcto que él tiene que hacer para cumplir con sus obligaciones morales* con un individuo en particular o con un grupo. Estos recursos de capital social son conceptualmente distintos a aquellos basados en el segundo tipo de motivación *el interés propio de los benefactores*, donde la ayuda o donación puede darse a otros dentro de una misma organización o

¹⁰Para una mayor profundización en el análisis del concepto véase: Coleman, 1999; Putnam, 1994.

¹¹ Para Portes (1995, 13) los “Donors” o donantes son aquellas personas que brindan algún tipo de ayuda a los demás.

comunidad debido a que los benefactores esperan algo de retorno, puede ser en forma de recursos económicos proporcionales o recompensas no materiales como algún tipo de apoyo.

Cuadro 1.1 Tipología de A. Portes sobre el Capital Social

Definición	Fuentes	Motivación	Efectos	Ejemplos
Habilidad para controlar recursos escasos en virtud de alguna asociación o relación dentro de una estructura social	Valores	Altruista	Transferencia de recursos a causa de imperativos morales generales	Ayuda o colaboración de los padres hacia los hijos.
	Solidaridad contenida (limitada)	Altruista	Transferencia de recursos a otros debido a una Identificación con necesidades y objetivos grupales	Ayuda a co-étnicos ¹² ; miembros de una misma comunidad religiosa
	Reciprocidad	Instrumental	Transferencia de recursos a otros en la expectativa de retornos proporcionales para los beneficiarios	Consejos de mercado y otros favores a socios de negocios
	Confianza forzada	Instrumental	Transferencia de recursos a otros en la expectativa de un estatus alto de comunidad y retornos proporcionales para los beneficiarios sujetos a sanciones colectivas	Prestamos concesionarios para miembros de un mismo grupo étnico o comunidad religiosa.

Fuente: Alejandro, Portes 1995: 15.

El trabajo de Portes coincide en que una parte sustancial del capital social lo conforman las redes sociales; se habla del capital social como una estructura de relaciones entre dos o más personas y que las redes son una característica de la organización social que enmarcan posibilidades de contacto entre unos y otros. Debido a la importancia de las redes sociales dentro del marco del capital social como dentro de la presente investigación, es necesario analizarlas por separado y con mayor profundidad.

En una cultura de migración, las redes sociales constituyen una forma de capital social por medio de las cuales la gente puede llegar a tener acceso al empleo en el extranjero. Los apoyos y/o favores se extienden a amigos y parientes como parte de un sistema generalizado de intercambio en el cual los migrantes ayudan a dichos amigos y parientes no porque ellos

¹² Véase Portes 1995: 15. El término co-étnico retomado por Portes puede ser sinónimo de *paisano* pues se refiere a personas procedentes de la misma comunidad, ciudad o estado de origen.

esperan una devolución inmediata, sino porque dicha ayuda anticipada puede ser retribuida en algún momento en el futuro (Massey & Aguilera, 2003).

Además de la reciprocidad, normas como la solidaridad y la confianza están asociadas a los apoyos que familiares y amigos brindan a los migrantes con el propósito de reducir los costos económicos, sociales y emocionales del proceso de emigración; el acceso a redes en el extranjero provee a los migrantes además de conexiones sociales importantes, información necesaria en la búsqueda de un empleo, cómo presentarse a los empleadores, cómo comportarse en el trabajo, cuánto debería recibir de salario, etc. (Massey y Aguilera, 2003).

Para Massey *et al* (1994), las redes sociales han servido para explicar la perpetuación de los movimientos internacionales y ciertas particularidades de la evolución del proceso migratorio hacia un país cuando hay cambios en las condiciones iniciales que lo favorecieron. Massey *et al* (1994: 728) definen a las redes de migrantes como “los conjuntos de lazos interpersonales que conectan migrantes, gente con experiencia migratoria previa, y no migrantes en áreas de origen y destino a través de lazos familiares, de amistad o de comunidades de origen común. La existencia de dichos lazos puede incrementar la probabilidad de emigración mediante la disminución de costos, el aumento de los beneficios y la atenuación de los riesgos relacionados con el movimiento internacional”.

Las redes sociales según Massey *et al* (1994) no se pueden entender como la única causa de la migración, sino como un mecanismo complementario que la facilita dada la presencia de factores expuestos, tales como: 1) la oferta y demanda laboral en al menos dos lugares diferentes, 2) las expectativas de los migrantes de incrementar su propio ingreso en otro contexto y, 3) las decisiones conjuntas al interior de los hogares. Las redes sociales también influyen en la formación empresarial de los inmigrantes, en ocasiones, por medio de ellas se llega a la empresarialidad, y en otros casos, la empresarialidad se refuerza a partir de dichas redes.

Con el propósito de analizar la manera en que los inmigrantes hispanos estaban revitalizando el ambiente económico en la ciudad de Nueva York, Waldinger (1984) llevó a cabo un estudio en dicha ciudad con 96 hispanos propietarios de pequeñas y medianas

empresas en la industria del vestido. Para efectos de este trabajo uno de los hallazgos más interesantes de Waldinger, fue el haber encontrado cierto tipo de relaciones en el empleo entre el propietario y el trabajador mediadas principalmente por lazos familiares, de amistad o redes de tipo étnico. Los propietarios de las empresas hispanas incorporaban principalmente a sus miembros familiares dentro de sus actividades de negocios. Los empresarios reclutaban a sus empleados a través de redes de inmigrantes, las cuales favorecían la construcción de toda una estructura social que además de conectar a inmigrantes recién llegados con otros ya establecidos se reproducía en los lugares de trabajo.

En una fábrica propiedad de tres hermanos procedentes de una comunidad agrícola en República Dominicana, Waldinger encontró que los 18 empleados que conformaban la planta de trabajadores eran además de parientes y amigos de los dueños, procedentes también del mismo pueblo. En otra fábrica, de un total de 32 empleados, sólo 3 no provenían del mismo lugar que los dueños.

Otro de los estudios que muestran indicios de la influencia del capital social en la creación de negocios de migrantes es el realizado por Raijman y Tienda (2000). Estas autoras llevaron a cabo un estudio con empresarios mexicanos en Chicago con el propósito de evaluar la manera en que operan las economías étnicas como un sector de entrenamiento para futuros empresarios. Los resultados demostraron que el haber tenido un empleo previo en una empresa de un coétnico incrementaba la probabilidad de adquirir habilidades relevantes para emprender un negocio. Los mexicanos propietarios de negocios que habían trabajado previamente en una empresa de un coétnico se vieron expuestos a oportunidades de entrenamiento, contrariamente distinto a lo ocurrido con otras contrapartes étnicas que no tuvieron dicho entrenamiento.

Para Raijman y Tienda, el empleo en una empresa de un coétnico promueve el auto-empleo entre los mismos empleados coétnicos debido a que les provee oportunidades para la adquisición de habilidades y conocimientos acerca de cómo comenzar un negocio. Estas autoras concluyen que aun cuando un inmigrante tenga problemas en el manejo del idioma inglés y desventajas educacionales, puede llegar a establecer negocios en su comunidad de destino si ya ha trabajado para un compatriota étnico, ya que esto presupone la existencia de

oportunidades étnicamente circunscritas para adquirir el “Know How” acerca de cómo iniciar y mantener un negocio.

Otras investigaciones dentro del mismo campo fueron las realizadas por Valenzuela-Varela (1993) con inmigrantes mexicanos residentes en Chicago y Nueva York. De acuerdo con la autora, además de las condiciones estructurales y coyunturales que posibilitaron la formación del empresariado mexicano en Estados Unidos, existen otros factores de importancia que dieron continuidad a este proceso. Los empresarios de cada grupo étnico aprovechan su conocimiento de los valores culturales y otros recursos asociados a su identidad grupal para mantener funcionando sus negocios. Los inmigrantes mexicanos cuentan con recursos que influyen en su “espíritu empresarial” tales como la solidaridad de grupo, las ayudas mutuas y el rechazo al proceso de aculturación (Valenzuela-Varela 1993: 281).

Adicionalmente Valenzuela-Varela considera que los empresarios forman uno de los grupos cuya actividad es crucial para la consolidación de la comunidad: [...] ellos fortalecen la existencia de redes migratorias, facilitan la incorporación de los mexicanos en puestos de trabajo y fomentan el surgimiento de nuevos empresarios; así mismo, influyen en la formación de los barrios de mexicanos y en los patrones de asentamiento de los inmigrantes en particular y la comunidad en general, registran y alientan formas de organización comunitaria que contribuyen a que los inmigrantes mantengan relaciones intragrupalas que en última instancia, son la base de la comunidad... (Valenzuela-Varela 1993: 287).

Es importante también rescatar el trabajo realizado por Valenzuela-Camacho (2007). En su estudio sobre empresarios sinaloenses en Los Ángeles encontró que además de que estos se dedicaban principalmente al negocio de restaurantes de mariscos, más de la mitad de sus empleados eran también originarios de Sinaloa, específicamente del municipio de Culiacán,¹³ y mantenían con el dueño alguna relación de parentesco o amistad.

¹³ Además de ser el municipio que expulsa el mayor número de migrantes a nivel estatal, es también el más urbano debido a que en él se ubica la capital del estado (la ciudad Culiacán de Rosales) situación que lo convierte en el municipio con mayor densidad poblacional (160 habitantes por kilómetro cuadrado), donde la mas alta concentración de la población se localiza en la cabecera municipal (la capital) lo que le ha permitido estar muy bien dotado de infraestructura y ser emisor de servicios.

Valenzuela-Camacho afirma que la existencia de estrechos lazos entre paisanos¹⁴ fue lo que contribuyó a la conformación de empresas sinaloenses. Los empresarios entrevistados dependieron de esos estrechos lazos no sólo para conseguir empleo y alojamiento al inicio de su experiencia migratoria sino también para la formación y mantenimiento de sus negocios.

De acuerdo a los trabajos realizados por los autores anteriores, el capital social en términos de redes sociales y su influencia en la formación de negocios de los migrantes tiene que ver con 1) el tipo de relación establecida entre propietario y trabajador, una relación familiar, de amistad o de paisanaje; 2) el aprovechamiento de recursos asociados a identidades grupales; 3) el fortalecimiento de redes migratorias y, 4) las oportunidades de entrenamiento y adquisición de habilidades acerca de cómo iniciar un negocio por parte de los propietarios a sus empleados coétnicos.

Para efectos de esta investigación y partiendo de las contribuciones de los autores analizados, el capital social fue definido como aquellas redes de relaciones sociales que facilitaron la formación de negocios de los migrantes mexicanos en Phoenix, haciendo distinción en los siguientes aspectos: 1) tipo de relación entre el que proporciona la ayuda y el que la recibe: familiar, de amistad y/o de paisanaje (*bonding, linking & bridging*); 2) tipo de ayuda recibida (llegar a Estados Unidos, conseguir empleo, abrir o ampliar un negocio, etc.) y 3) tipo de motivación, una motivación altruista donde el benefactor no pide recibir nada a cambio o una motivación de reciprocidad donde el benefactor espera recibir algo en el futuro.

1.3.3 Las estructuras de oportunidad como parte del modelo de desarrollo de empresas étnicas.

Para introducir en el análisis las estructuras de oportunidad que son propicias en la formación de negocios de inmigrantes, es necesario hablar del modelo de desarrollo de empresas étnicas propuesto por Waldinger, Aldrich y Ward (1985, 1990). Este modelo busca explicar los mecanismos a través de los cuales se generan empresas a partir de una comunidad étnica establecida y está construido en tres dimensiones: las estructuras de oportunidad, las características de grupo y las estrategias étnicas.

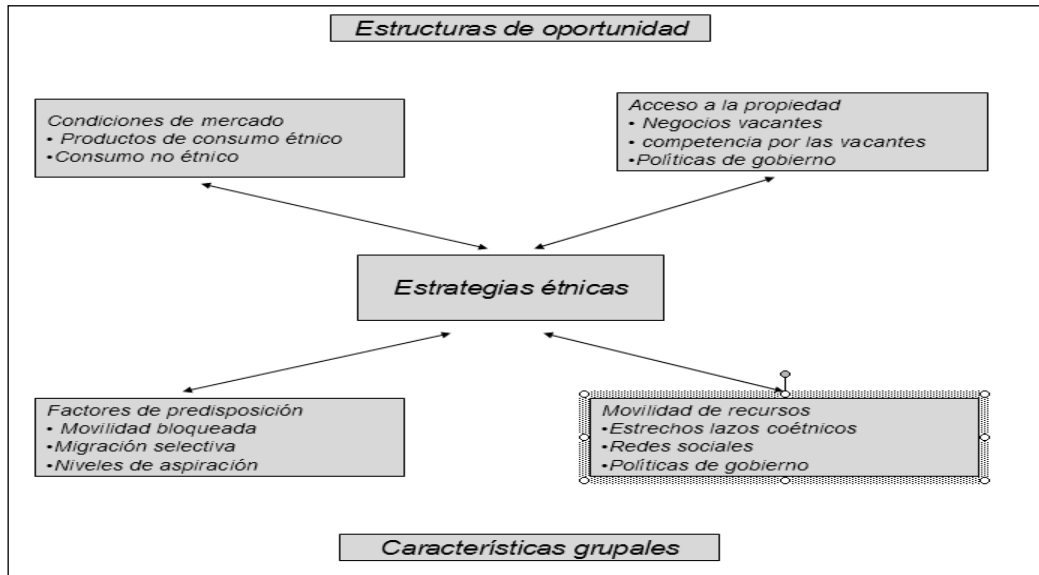
¹⁴ Migrantes provenientes del mismo estado: Sinaloa.

Las estructuras de oportunidad comprenden las condiciones de mercado que pueden favorecer los productos o servicios orientados a los co-étnicos y situaciones en las que un mercado no étnico más amplio puede ser atendido, e incluyen también las rutas a través de las cuales se obtiene el acceso a los negocios.

Las características de grupo hacen referencia a circunstancias anteriores a la migración, la reacción del grupo a condiciones en la sociedad de acogida y la movilización de recursos a través de varias características de la comunidad étnica. Las estrategias étnicas emergen desde la interacción de todos estos factores, cómo los empresarios étnicos se adaptan a los recursos disponibles en las estructuras de oportunidad y tratan de eliminar sus propios nichos (Waldinger et al, 1990: 21 & Waldinger, R. & H. Aldrich 1990:114).

El modelo argumenta que las empresas étnicas proliferan en industrias donde existe congruencia entre las demandas del entorno económico (estructuras de oportunidad) y los recursos informales de la población étnica (características grupales). La explicación es que la demanda por pequeñas empresas de negocios y la oferta de propietarios existentes y potenciales interactúan a través de diversas estrategias étnicas para generar el empresariado étnico.

Cuadro 1.1 Modelo de Desarrollo de Empresas Étnicas



Fuente: Waldinger, et al, 1985, 1990: 22

Para Waldinger y colaboradores (1999), las estructuras de oportunidad están constantemente cambiando en las sociedades industriales. Las condiciones de mercado pueden favorecer sólo a las empresas en servicio de las necesidades de una comunidad étnica, en la cual las oportunidades empresariales son limitadas, o las condiciones de mercado pueden favorecer a pequeñas empresas en servicio a población no étnica en donde las oportunidades son mucho más grandes. Incluso, si las condiciones de mercado son favorables, las minorías de inmigrantes pueden tener acceso a los negocios y los miembros de grupos no étnicos a menudo tienen el control de dicho acceso (Waldinger, Aldrich & Ward, 1999: 21).

Dentro de las condiciones de mercado para que se origine un negocio, un aspecto relevante lo conforma la demanda por los servicios que se ofrecen. El mercado inicial para empresarios inmigrantes típicamente nace dentro de la misma comunidad inmigrante. La comunidad inmigrante tiene necesidades y preferencias especiales que son mayormente servidas y algunas veces únicamente pueden ser servidas por aquellos que comparten dichas necesidades y que las conocen de cerca, los miembros de la misma comunidad.

Por lo general, los negocios que se desarrollan primero son aquellos dirigidos a satisfacer la demanda por productos culinarios y los que proveen bienes culturales (periódicos,

música grabada, libros, revistas, ropa, joyería, etc.), encontrando rápidamente un nicho de mercado en la comunidad inmigrante. Estas actividades envuelven una conexión directa con los lugares de origen así como el conocimiento de gustos y preferencias en la adquisición de bienes y servicios, cualidades que difícilmente pueden ser alcanzadas por competidores nativos (Waldinger, Aldrich y Ward, 1990: 22).

Existen también algunos productos étnicos o exóticos que son demandados entre la población nativa permitiéndoles a los inmigrantes convertir tanto los contenidos como los símbolos étnicos en mercancías. La venta de productos y/o servicios étnicos ofrece un fructífero camino en la expansión de los negocios de los inmigrantes pues son ellos los únicos que pueden brindar este tipo de bienes al menos en condiciones aparentemente auténticas. De esta manera, los inmigrantes no sólo carecen de competidores en los mercados, sino que también pueden ofrecer sus productos a precios relativamente bajos y, por ende, captar una clientela fuera de las empresas dirigidas por empresarios nativos (Waldinger, Aldrich y Ward, 1990: 27).

De igual forma, para la creación de un pequeño negocio el inmigrante necesita poder tener acceso a la propiedad, la cual depende principalmente de dos factores: 1) el número de negocios vacantes y la medida en que los nativos¹⁵ están compitiendo por estos y, 2) las políticas de gobierno hacia los migrantes.

Las oportunidades para acceder a la propiedad son principalmente determinadas por la oferta de los empresarios nativos. En caso de que la oferta de pequeños negocios propiedad de nativos disminuyera, los inmigrantes pueden hacerse cargo y sustituir a dichos propietarios. Una de las razones por la que los empresarios nativos se ven en la necesidad de desatender o abandonar sus mercados es debido a las bajas economías de escala en las que se ven insertos. Dada la debilidad competitiva de los nativos, los empresarios migrantes pueden lograr los más altos niveles de eficiencia mediante la auto explotación, otro campo fértil que pueden perseguir con éxito. En cuanto a las políticas de gobierno que afectan la apertura de negocios

¹⁵ Para Valenzuela-Camacho (2007), los negocios vacantes y la competencia por dichos negocios no sólo se da entre nativos, existen negocios vacantes debido al retiro de otros grupos de inmigrantes, de distinto origen étnico.

por parte de inmigrantes, estas varían en la medida en que se establecen condiciones restrictivas para los negocios que se quieren iniciar; sin embargo, se pudiese dar el caso de la existencia de condiciones favorables para la apertura de dichos negocios.

Las características grupales se refieren a aquellos factores de predisposición que el grupo étnico tenga para que sus miembros se conviertan en empresarios, características adquiridas previas a la migración, la reacción del grupo a las condiciones impuestas por la sociedad huésped, y la capacidad de movilización de recursos que tenga la comunidad étnica.

Respecto a los factores de predisposición, la movilidad bloqueada es un poderoso estímulo para la actividad empresarial. Los inmigrantes sufren para insertarse en el mercado laboral debido a problemas en el manejo del lenguaje del país de llegada, habilidades inadecuadas, edad, discriminación, etcétera. Y una alternativa viable a esta trayectoria difícil y poco prometedora es la creación de pequeños negocios. Existen también componentes psicológicos que llevan a los inmigrantes a entrar al mundo de los negocios tales como la necesidad de autonomía e independencia.

De igual manera, la migración en sí misma es otra condición que les permite llegar a la actividad empresarial. Los trabajadores que emigran están mejor preparados y más inclinados hacia el riesgo que los que permanecen en casa, estas características dan también a los migrantes una ventaja competitiva con los grupos nativos dentro del mercado de trabajo de bajos ingresos debido a las diferencias salariales de sus países de origen y destino (Waldinger, Aldrich y Ward, 1990: 32).

La movilización de recursos está íntimamente vinculada con las dinámicas de identidad étnica entendida esta como las estructuras sociales a través de las cuales los miembros de un grupo étnico están unidos unos con otros y las formas en las cuales estas estructuras sociales se utilizan. Las redes sociales y los fuertes lazos entre coétnicos son importantes para los inmigrantes propietarios de negocios quienes generalmente comienzan con pocos recursos y una falta de acceso a fuentes de crédito y asistencia técnica. Este tipo de lazos de redes proveen además conocidos de confianza para obtener información acerca de los permisos,

leyes, sitios de negocios, prácticas gerenciales y proveedores confiables (Waldinger, Aldrich y Ward, 1990: 33-36).

Se han desarrollado hasta aquí, las tres dimensiones que componen el *Modelo de Desarrollo de Empresas Étnicas*, sin embargo, sólo las estructuras de oportunidad fueron consideradas como eje de análisis. Las razones por las cuales el modelo no se retoma de manera completa para analizar a los entrevistados fue debido a que dicho modelo ve al empresario (el dueño del negocio) como parte de un grupo étnico más que como un individuo con características propias que lo pueden llevar a tomar decisiones de negocios sin necesidad de hacer uso de las ventajas que le proporciona el grupo étnico al que pertenece. Se consideró que al desarrollar los tres ejes de análisis propuestos en la presente investigación era posible obtener una visión más amplia de los factores incidentes en el establecimiento de negocios de los inmigrantes, logrando así comprender: 1) al pequeño propietario como un individuo con cualidades únicas, 2) las redes de relaciones tejidas por dicho individuo y, 3) el contexto de ventajas en las que se pueden desarrollar sus negocios. A diferencia de las características del grupo y las estrategias étnicas, las estructuras de oportunidad como componente del modelo de desarrollo de empresas étnicas no emanan precisamente de la existencia de un grupo étnico establecido, sino que pueden surgir de necesidades desatendidas dentro de un mercado de trabajo más general que debe ser cubierto.

Adentrándonos en el análisis de las estructuras de oportunidad como favorecedoras de la creación de negocios de inmigrantes en Estados Unidos, Valenzuela-Camacho (2007) en su investigación sobre empresarios sinaloenses en Los Ángeles encontró un gran número de mercados desatendidos o abandonados por los empresarios nativos (y no nativos), un nicho de productos étnicos demandado también por el mercado en general y favorables vías de acceso a la propiedad; todas estas condiciones fueron las que les permitieron a los inmigrantes sinaloenses retomar dichos mercados e insertarse como pequeños empresarios.

De igual forma, Valenzuela-Varela (1993) hace hincapié en las condiciones estructurales y coyunturales que posibilitaron la formación del empresariado mexicano en Estados Unidos. Para la autora, la aventura de instalar pequeños negocios empezó a

consolidarse como una opción empresarial desde el momento en que se observó su potencial económico en una coyuntura favorable y propicia debido a la creciente presencia de inmigrantes de origen mexicano y la incapacidad de los empresarios no mexicanos para abastecer las necesidades específicas de esta demanda. En Nueva York, los primeros negocios establecidos por mexicanos surgieron como pequeños experimentos familiares producto de esfuerzos a menudo individuales para ganar independencia económica. El establecimiento de nuevos negocios en esa ciudad y su área metropolitana se benefició del crecimiento de esa comunidad (Valenzuela-Varela, 1993: 285).

Con el fin de analizar las estructuras de oportunidad del contexto en Phoenix que dieron pie en la creación de negocios por parte de migrantes mexicanos dichas estructuras abarcarán las oportunidades que se les presentaron a los inmigrantes para la apertura de sus negocios (asociadas a la disponibilidad de negocios vacantes, la competencia por estos y las políticas gubernamentales de apoyo a la formación de pequeños negocios) y las oportunidades que les permitieron satisfacer la demanda de productos étnicos y no étnicos(condiciones de mercado).

1.4 Los inmigrantes y sus pequeños negocios

Si bien el objetivo de esta investigación no es ahondar en la conceptualización sobre la empresarialidad del inmigrante, debido a la relación con el tema es importante dejar claro algunos aspectos. En la mayoría de los estudios retomados en este capítulo y en muchos otros, hay autores que se refieren a los inmigrantes como empresarios o hacen alusión a sus negocios llamándoles pequeñas empresas de origen étnico.

Para Min Zhou (2004: 1040) los *empresarios étnicos* frecuentemente son referidos como los propietarios y los operadores de sus propias empresas, cuya membresía a un grupo está vinculada con un origen común de patrimonio cultural. Frecuentemente los empresarios étnicos son visualizados como pequeños comerciantes, vendedores (incluso vendedores ambulantes) y/o distribuidores, que participan en negocios tales como restaurantes, talleres, lavanderías, fruterías, licorerías, salones de uñas, tianguis (swap meet).

Gap, Min P. & Bozorgmehr (2000), en su análisis sobre *empresarios coreanos* en Los Ángeles, encontraron que entre 1980 y 1990 tuvieron las tasas de autoempleo más altas (35 %), creando en su mayoría negocios familiares y haciendo uso de trabajadores familiares y recursos étnicos. Sus establecimientos estaban altamente concentrados en pequeños negocios intensivos en mano de obra tales como tiendas de abarrotes, venta de licor, tintorerías y comercio de bienes importados de Asia. Es así como las minorías empresariales se concentran generalmente en el comercio y la distribución de mercancía hacia los clientes minoritarios (Gap, Min P. 1996: 437).

Una investigación de Rath & Kloosterman (2000: 660) sobre *empresarios inmigrantes* en los Países Bajos reveló que están ubicados en segmentos específicos de la economía. El 60 por ciento se encontraba en sectores como el comercio y restaurantes; negocios que se caracterizan por no requerir de grandes habilidades, ni mucho manejo de capital, además que operan en pequeña escala y hacen uso de tecnología simple.

Para Bonacich (1987: 447), los *empresarios inmigrantes* generalmente crean negocios muy pequeños, frecuentemente dependientes del autoempleo y del uso de fuerza de trabajo familiar (sin remuneración salarial), con un promedio menor a cinco empleados por empresa.

En el caso de los mexicanos en Estados Unidos, Valenzuela-Varela (2003: 27) también relaciona la empresarialidad con la creación de pequeños negocios, que dependen generalmente de mano de obra inmigrante, barata, por lo general indocumentada, muchas veces familiar y paisana para poder subsistir y crecer en un mercado competitivo y a veces hostil. La autora afirma que *los empresarios de origen mexicano* en Estados Unidos se han especializado en 3 ramas de actividad: los servicios, el comercio al menudeo y la construcción. En 1997, la rama de los servicios concentró 38.7 por ciento del total de las actividades de los empresarios mexicanos, cuya especialidad está en el área de restaurantes y comida preparada, o bien, servicios directos al cliente como son los de limpieza y jardinería, entre otros.

Para los autores anteriores, por más pequeño que sea el negocio, o por más insignificante que sea la actividad económica, un empresario es aquel que asume el riesgo de emprender dicha actividad (con fines de lucro) por cuenta propia de manera formal o informal. Sin embargo, hay quienes en la definición de estos conceptos, toman en consideración otros aspectos. Para Arocena (1990: 12) en la definición de una empresa se utilizan distintas variables, entre ellas se habla de capital invertido, volumen de producción, valor agregado, mano de obra ocupada, tecnología incorporada etc. Edgcomb E. Elaine & Joyce A. Klein (2005) hacen una clasificación de la empresa en Estados Unidos y en relación a su tamaño definen a la microempresa como aquella que se caracteriza por tener cinco o menos empleados, requiere de un capital inicial de 35 mil dólares o menos y no tiene acceso al sector bancario comercial. En el caso de muchos de los negocios creados por inmigrantes, se desconoce el capital invertido, la única mano de obra es la de los familiares y no existe tecnología incorporada puesto que para las actividades que realizan no se necesita.

A razón de toda esta controversia, en la presente investigación se tomó la decisión de dejar a un lado estos términos debido, también, a que nuestro objetivo era indagar sobre los factores que inciden en la creación de negocios sin importar que los propietarios de dichos negocios pudieran o no ser considerados empresarios. Nuestros casos hacen referencia a inmigrantes mexicanos que abandonaron el mercado general de trabajo para dedicarse a una actividad por cuenta propia estableciendo pequeños negocios.

El propósito de esta investigación no es afirmar que los inmigrantes mexicanos en Estados Unidos no tienen la capacidad de crear negocios exitosos y de ser catalogados como empresarios; simplemente que en ocasiones, dadas sus características como inmigrantes y las condiciones de llegada al país de acogida, el tipo de establecimientos que dichos inmigrantes pueden crear son muy distintos a aquellos formados por los nativos y legalmente constituidos como empresas.

En términos concretos, aun cuando en la presente investigación no se discute teóricamente a profundidad el tema de la empresariedad, se considera que la definición de empresario debe ir más allá de asumir un riesgo y emprender. Un empresario debe ser aquel que además de asumir el riesgo de realizar una actividad económica remunerada, no le tenga

miedo al crecimiento, ni a mayores responsabilidades. En los capítulos siguientes se verá como hay mexicanos en Phoenix que desempeñan actividades por cuenta propia sólo como una manera de subsistencia (ante la falta de oportunidades de inserción en el mercado general de trabajo) y sin ninguna aspiración de crecimiento o establecimiento formal. Por la existencia de casos como estos, es que se decidió dejar a un lado tales conceptos.

Una vez analizadas las aportaciones conceptuales de los autores particularmente a los tres ejes de análisis, es pertinente presentar a continuación el recorrido metodológico que guió esta investigación y la manera en que se operacionalizaron los conceptos centrales.

1.5 Metodología

Los estudios anteriores relacionan la existencia de negocios establecidos por los inmigrantes con factores de capital humano, capital social y/o estructuras de oportunidad, en la presente investigación se propuso identificar y analizar dichos recursos acumulados y movilizados por los inmigrantes mexicanos dentro del contexto de Phoenix, Arizona. Para concretar este objetivo general, se plantearon dos preguntas de investigación ¿Qué recursos de capital humano y de capital social acumularon y movilizaron aquellos inmigrantes mexicanos residentes en Phoenix para lograr establecer pequeños negocios en esa ciudad? ¿Qué elementos del contexto, relacionados con las estructuras de oportunidad existentes en Phoenix, permitieron a los inmigrantes mexicanos crear un negocio propio?

Estas preguntas de investigación se concretaron en tres objetivos específicos. En cuanto a capital humano, se propuso analizar las diferencias y similitudes en el origen rural o urbano de los mexicanos establecidos en Phoenix, sus grados y niveles de escolaridad obtenidos en México y Estados Unidos, su manejo del idioma inglés, perfiles ocupacionales y trayectorias laborales, con la finalidad de identificar variaciones y regularidades respecto al capital humano que facilitó, posibilitó y/o impulsó la creación de sus negocios. Para analizar el capital social, el interés se enfocó en identificar y analizar los vínculos y redes de relaciones familiares, de amistad y/o de paisanaje que apoyaron y facilitaron el proceso migratorio, así como los tipos de ayuda y motivación (altruista o recíproca) recibidos para el establecimiento

y desarrollo de los negocios propiedad de los mexicanos residentes en Phoenix. Respecto a los elementos del contexto, se trataron de identificar y analizar las rutas de acceso a la propiedad, las políticas de apoyo gubernamental y las condiciones de oferta y demanda del mercado de productos y servicios étnicos y no étnicos que facilitaron, favorecieron o apoyaron la conformación y establecimiento de negocios por parte de los inmigrantes mexicanos residentes en Phoenix.

En las hipótesis de trabajo se consideró que ser de origen urbano y tener experiencia laboral no agrícola, un nivel de escolaridad superior a la media nacional en México y un buen manejo del idioma inglés, eran elementos fundamentales en términos de capital humano para que, una vez establecidos en Phoenix, los inmigrantes mexicanos desarrollasen negocios en pequeña escala en los mercados formal e informal de esa ciudad. Una segunda hipótesis vinculada con el capital social consideró que la conformación de esos pequeños negocios fue facilitada y apoyada por la extensión y fortaleza de los vínculos y redes de relaciones familiares, de amistad y paisanaje, así como por el apoyo solidario basado en la confianza y la reciprocidad que permitieron contar con información estratégica y acceder a esos negocios. Finalmente, una tercera hipótesis postuló que el creciente número de inmigrantes mexicanos establecidos en Phoenix, la demanda insatisfecha de productos y servicios étnicos para esa población, así como ciertos beneficios de las políticas gubernamentales y de las rutas de acceso a la propiedad empresarial en pequeña escala en Arizona, conformaban las estructuras de oportunidad que aprovecharon los inmigrantes mexicanos para el establecimiento de pequeños negocios.

Por una afortunada coincidencia, para el desarrollo de la investigación realizada fue posible la vinculación al proyecto *Patrones migratorios e impactos económicos y sociales de la migración internacional sinaloense. El caso de los sinaloenses en Phoenix, Arizona* llevado a cabo por un grupo de profesores de la Universidad Autónoma de Sinaloa bajo la dirección del Dr. Blas Valenzuela Camacho. En el marco del proyecto, en noviembre de 2007 se realizó una encuesta en 547 hogares mexicanos denominada *Encuesta a Hogares Mexicanos en Phoenix, Arizona* (EHMPA), en la que se incluyó un conjunto de preguntas que cuestionaba a la persona que respondía sobre la existencia de negocios propiedad de algún integrante del

hogar, captando información acerca del giro del negocio, el propietario, el encargado, el año de apertura, la ubicación y el número de empleados mexicanos y familiares. Esta información permitió generar una base de datos con información de 60 negocios correspondientes a 55 hogares que dijeron ser propietarios de al menos un negocio y sistematizar las características de esos negocios y el perfil socio-demográfico de sus dueños, todo ello con el propósito de tener una primera referencia del tipo de negocios que creaban los mexicanos entrevistados por el proyecto en Phoenix, Arizona.

Gracias al registro de los domicilios de los hogares identificados en la encuesta, fue posible ubicarlos en la ciudad de Phoenix y realizar entrevistas en profundidad con 15 personas que dijeron ser propietarias de negocios. El objetivo de las entrevistas fue reconstruir las trayectorias laborales y migratorias y obtener información que permitiera identificar detalladamente sus recursos de capital humano y capital social, así como su conocimiento y acceso a las estructuras de oportunidad existentes en Phoenix. Por ello, en las entrevistas se indagó en profundidad sobre:

- La historia migratoria del propietario del negocio destacando los motivos para emigrar, sus lazos establecidos en origen y destino y los apoyos recibidos para emigrar y establecerse en Estados Unidos.
- La historia laboral del propietario del negocio indagando sobre su experiencia, capacitación y trayectoria laboral tanto en origen como en destino; la forma cómo inició la creación de su negocio en Phoenix, los apoyos recibidos para su apertura traducidos en ayudas, préstamos, ahorros, etc.
- Las características rurales o urbanas del entorno social donde el propietario del negocio nació, creció, estudió y trabajó.
- Las oportunidades presentadas para la apertura de su negocio, así como su conocimiento sobre las condiciones de la demanda y oferta de productos y servicios mexicanos, disponibilidad de negocios vacantes, competencia por las vacantes y apoyos gubernamentales.

Con el propósito de ampliar el número de entrevistados, a partir de la técnica de bola de nieve se identificaron y entrevistaron 16 personas más que declararon ser mexicanos y propietarios de un pequeño negocio. Una vez captada la información de cada uno de los propietarios de negocios en las entrevistas a profundidad, se procedió a sistematizarla en los tres nodos temáticos: el capital humano, el capital social y las estructuras de oportunidad.

Con la finalidad de indagar sobre las estructuras de oportunidad que facilitaron a los entrevistados la creación de sus negocios, se llevaron a cabo cinco entrevistas con personas que laboran en el mismo número de dependencias al servicio de la comunidad empresarial hispana. Estas dependencias fueron: La Cámara de Comercio Hispana de Phoenix (CCHP), el Centro Empresarial de Negocios para las Minorías (MBEC, por sus siglas en inglés), la oficina de atención a personas con inquietudes empresariales de la ciudad de Phoenix, la Asociación Latina de Arizona (ALAZ) y la Asociación Mujeres Latinas de Éxito (MLDE). En estas instituciones se investigaron los tipos de apoyo que se ofrecen a los inmigrantes hispanos que desean establecer un negocio.

Para dar seguimiento en el análisis a los tres ejes que guían esta investigación, se elaboraron indicadores cuyos valores numéricos hacen referencia a grados diferenciales relacionados con los recursos de capital humano, capital social y estructuras de oportunidad de los que disponen los inmigrantes mexicanos, el propósito de estos valores diferenciales es facilitar la búsqueda de similitudes y contrastes.

Por la manera en que se operacionalizaron los conceptos centrales de esta investigación, la diferenciación de grados propuesta a continuación permite una mejor aproximación de las relaciones específicas entre las variables analizadas. Se trata de buscar un marco de orientación, un patrón o patrones de comportamiento que expliquen las distintas formas en que los mexicanos en Phoenix acumularon y movilizaron los recursos de capital humano, capital social y las estructuras de oportunidad para la creación de sus negocios.

En relación al capital humano, el concepto se operacionalizó a partir del análisis del origen rural y urbano de los inmigrantes, sus grados y niveles de escolaridad obtenidos en México y en Estados Unidos, el manejo del idioma inglés y sus trayectorias laborales.

Cuadro 1.3 Valores asignados a la variable: Lugar de origen		
Origen	Significado	Valor
Urbano	Nació y creció en una comunidad urbana hasta antes de su llegada a Estados Unidos	2
Rural	Nació y creció en una comunidad rural hasta antes de su llegada a Estados Unidos	1

Debido a que se considera que el crecer en un ambiente urbano, brinda un mayor acceso a las oportunidades sobre todo educativas, se le da un valor más alto a aquel que nació en un área urbana. En cuanto a los niveles de escolaridad, mientras mayor sea esta, mayor es el valor otorgado.

Cuadro 1.4 Valores asignados a la variable: Niveles de escolaridad		
Escolaridad	Significado	Valor
Universitaria	Estudios Universitarios completos	4
Alta	Preparatoria y/o estudios técnicos completos y/o estudios universitarios incompletos	3
Media	Secundaria completa y/o preparatoria incompleta	2
Básica	Primaria completa y/o secundaria incompleta	1

El uso del idioma inglés en el negocio o actividad laboral que el mexicano desempeña, el valor más alto es para aquellos que independientemente del mercado al que dirigen sus productos o servicios se trata de mexicanos 100 % bilingües, mientras que el valor más bajo es para aquellos que intentaron cubrir ciertas necesidades del mercado angloparlante y que ante la falta de conocimientos en el idioma han tenido dificultades para crecer o expandirse en las actividades que desarrollan.

Cuadro 1.5 Valores asignados a la variable: Manejo y uso del idioma inglés en el negocio		
Uso	Significado	Valor
Avanzado	Se trata de personas 100 % bilingües	4
Medio	Clientela hispana y angloparlante y uso cotidiano del idioma en el negocio	3
Básico	Clientela mayoritariamente hispana y uso muy básico del idioma (no lo necesitan debido a su clientela pero tienen conocimientos en el idioma)	2
Mínimo	Clientela mayoritariamente angloparlante y uso mínimo del idioma debido a la falta de conocimientos y dominio	1

En la trayectoria laboral, se le dio mayor valor a la experiencia acumulada en el mismo sector o actividad, tanto en México como en Estados Unidos. Si bien se reconoce la existencia de mexicanos que emigraron desde muy pequeños a Estados Unidos y que por ende su carrera laboral sólo ha sido en ese país, es importante reconocer el esfuerzo de aquellos que habiendo aprendido un oficio o profesión en México, luchan por mantenerse en tal actividad a su llegada a Estados Unidos.

Cuadro 1.6 Valores asignados a la variable: Trayectoria laboral		
Trayectoria	Significado	Valor
Excelente	Se mantuvo en el mismo sector de ocupación y/o misma actividad tanto en México como en Estados Unidos	4
Muy buena	Se mantuvo en el mismo sector de ocupación y/o misma actividad en Estados Unidos	3
Buena	Su último empleo tiene una relación directa con las actividades desempeñadas en el actual negocio	2
Regular	Su actual negocio no tiene ninguna relación con sus empleos anteriores	1

El capital social, entendido este como las redes de relaciones que facilitaron la formación de negocios, se operacionalizó con base en tres elementos: 1) tipo de relación entre el que proporciona cierto tipo de ayuda y el que la recibe, familiar, amistad o paisanaje, 2) tipo de ayuda recibida y, 3) tipo de motivación, altruista donde el que brinda la ayuda no desea recibir nada a cambio o en la que por el contrario, ayuda esperando cierto tipo de reciprocidad.

Cuadro 1.7 Valores asignados a la variable: Redes sociales		
Tipo de red	Significado	Valor
Desconocido Altruista	Ayuda otorgada por un desconocido(no familiar, no amigo, no paisano) cuyo único interés es brindar el apoyo	8
Paisano Altruista	Brindada por otra persona del mismo origen étnico sin más interés que apoyar	7
Amistad Altruista	Brindada por un amigo sin más interés que apoyar	6
Familiar Altruista	Brindada por un familiar sin más interés que apoyar	5
Familiar Reciprocidad	Brindada por un familiar esperando recibir algo a cambio (dinero o favores futuros)	4
Amistad Reciprocidad	Brindada por un amigo esperando recibir algo a cambio	3
Paisano Reciprocidad	Brindada por un paisano esperando recibir algo a cambio	2
Desconocido Reciprocidad	Brindada por un desconocido esperando recibir algo a cambio	1

Los apoyos otorgados por estas redes fueron considerados en la llegada a Estados Unidos, la búsqueda de empleo y el establecimiento del negocio. El valor más alto se le dio a la red de tipo desconocido/altruista pues a diferencia de un familiar o amigo, esta persona no tiene ningún lazo de tipo sentimental o afectivo con quien va recibir el apoyo y su único interés es ayudar a quien lo necesita. Así mismo, la red de tipo Desconocido/Reciprocidad fue la de menor valor, pues al no haber ningún lazo cercano con el que recibe la ayuda, su interés por cobrar el favor puede ser más fuerte que el de un familiar o amigo (ejemplo: polleros o prestamistas).

Por último, en relación con las estructuras de oportunidad, estas hacen referencia a la disponibilidad de negocios vacantes y el aprovechamiento de los mismos, las políticas gubernamentales que apoyan la creación de negocios (principalmente aquellas que ayudan a grupos minoritarios) y las condiciones de mercado que pueden favorecer la venta de productos étnicos o no étnicos.

Cuadro 1.8 Valores asignados a la variable: Mercado que atienden		
Tipo	Significado	Valor
No étnico	Mayoritariamente Angloparlante	3
Ambos	Hispano/Mexicano y angloparlante	2
Étnico	hispano/Mexicano	1

Se decidió otorgar el valor más alto a aquellos mexicanos que atienden el mercado angloparlante por ser este un mercado más exigente sobre todo en cuanto al manejo del idioma. El atender a ambos mercados recibió un valor menor debido a que hay un uso más cotidiano del español combinado en ocasiones con el inglés.

Cuadro 1.9 Valores asignados a la variable: Negocios vacantes		
Disponibilidad	Significado	Valor
Conocimiento y uso	Saben de la existencia de un negocio vacante y lo aprovechan	2
Conocimiento	Saben de la existencia de un negocio pero no pueden o no les interesa aprovecharlo	1
Desconocimiento	Desconocen de la existencia de negocios vacantes	0

Además de los apoyos para la creación de negocios otorgados por dependencias de gobierno, se consideró también el posible aprovechamiento de otros apoyos de tipo no gubernamental, esto debido a que se sabe de la existencia de organizaciones de origen minoritario cuyo propósito es brindar a los inmigrantes las herramientas necesarias para un mejor desenvolvimiento individual, social y laboral en el país de destino (un ejemplo de este tipo de organizaciones es *Chicanos por la Causa*).

Cuadro 1.10 Valores asignados a la variable: Apoyos gubernamentales y no gubernamentales		
Apoyos¹⁶	Significado	Valor
Conocimiento y uso AG y NG	Conocimiento y uso de apoyos gubernamentales y no gubernamentales para la creación de negocios	4
Conocimiento y uso de AG	Conocimiento y uso de apoyos gubernamentales para la creación de negocios	3
Conocimiento y uso de OA	Conocimiento y uso de otro tipo de apoyos no gubernamental	2
Conocimiento	Saben de la existencia de apoyos pero no los buscan ni utilizan	1
Desconocimiento	Desconocen la existencia de apoyos para la creación de negocios	0

Con base en el análisis de las 31 entrevistas en profundidad, en los capítulos tres, cuatro y cinco se hace uso de estos indicadores, el propósito es dar cuenta de los recursos que poseen y utilizan los inmigrantes mexicanos en Phoenix para poner en marcha sus negocios.

En el siguiente capítulo, se enmarca contextualmente el proceso de llegada y de inserción laboral de los inmigrantes mexicanos desde los inicios de la fundación de la ciudad hasta nuestros días. Así mismo se presenta el crecimiento de los negocios de hispanos y mexicanos y se describen las características de aquellos negocios registrados en la EHMPA, propiedad de los mexicanos entrevistados.

¹⁶ AG: Asociaciones gubernamentales, NG: Asociaciones no gubernamentales y, OA: Otros apoyos.

CAPÍTULO II

INMIGRANTES MEXICANOS EN PHOENIX, ARIZONA: ASENTAMIENTO, PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO Y CREACION DE PEQUEÑOS NEGOCIOS.

En los últimos diez años, Arizona ha sido uno de los estados que ha presentado las tasas de crecimiento poblacional más aceleradas en Estados Unidos. En 2005 fue el segundo estado, después de Nevada, con el mayor incremento de población (Arizona 13 %, Nevada 16.4 %).¹⁷ En este crecimiento demográfico, la presencia de mexicanos ha sido muy notable, particularmente en el área metropolitana de Phoenix. Según estimaciones recientes de la American Community Survey, en 2008 se registraron en dicha área 1'202,992 mexicanos, cifra que representa el 28.1 por ciento del total de su población.

Phoenix se ha convertido en punto de llegada y asentamiento de cientos de miles de inmigrantes mexicanos, quienes al no encontrar posibilidades de inserción laboral o por una inconformidad en sus empleos y una necesidad imperante de ver un incremento en sus ingresos, recurren a diversas estrategias entre ellas el autoempleo y la creación de pequeños negocios. La Encuesta a Hogares Mexicanos aplicada en el área metropolitana de Phoenix a finales de 2007 (EHMPA)¹⁸ constató la presencia de un grupo de mexicanos que declararon ser propietarios de pequeños negocios en la ciudad. Con base en la información obtenida en la encuesta, el objetivo del presente capítulo fue describir el perfil sociodemográfico de dichos propietarios mexicanos en Phoenix y las características de sus negocios, para indagar posteriormente y a partir de las entrevistas en profundidad aquellos factores de capital humano, capital social y estructuras de oportunidad que incidieron en la creación de este tipo de establecimientos.

¹⁷ Greater Phoenix Economic Council, 2007

¹⁸ EHMPA: Encuesta a Hogares Mexicanos en Phoenix, Arizona. Parte del proyecto: *Patrones migratorios e impactos económicos y sociales de la migración internacional sinaloense. El caso de los sinaloenses en Phoenix, Arizona*. Proyecto dirigido por el Dr. Blas Valenzuela y financiado con recursos del Fondo Mixto CONACYT-Gobierno del Estado de Sinaloa (FOMIX Sin-C2006-C01-42103) y del Programa de Fomento y Apoyo a Proyectos de Investigación de la Universidad Autónoma de Sinaloa (PROFAPI 2007/130)".

El capítulo consta de cuatro secciones. En la primera se reseña brevemente la historia de los asentamientos de inmigrantes mexicanos en Phoenix. En la segunda se describe la transformación económica de la ciudad y las condiciones que propiciaron el establecimiento de pequeños negocios de inmigrantes. En la tercera se refiere el crecimiento de los negocios propiedad de hispanos y mexicanos en el estado de Arizona, el condado de Maricopa y Phoenix. Para la elaboración de estas tres secciones se utilizaron fuentes bibliográficas y estadísticas. En la última sección se describen las características de los negocios establecidos por un conjunto de inmigrantes mexicanos entrevistados en la Encuesta a Hogares Mexicanos en Phoenix, Arizona (EHMPA).

2.1. Asentamiento y empleo de mexicanos en Phoenix, Arizona.

En 1867, trabajadores mexicanos laboraron en la instalación de un moderno sistema de irrigación a lo largo del Río Salado. El empleo en la agricultura atrajo a los primeros mexicanos al área de Phoenix. En 1880, con la llegada del ferrocarril, Phoenix se convirtió en un centro urbano, lo que incrementó también la llegada de trabajadores mexicanos principalmente de Sonora y México americanos del sureste de Arizona. Para esos años, los mexicanos ya representaban al grupo minoritario más grande de dicha ciudad, seguidos por los chinos y los afroamericanos (Luckingham, 1994; Kotlanger, 1983: 399).

Según relata Luckingham, en los años de 1900, las oportunidades de empleo particularmente en el sector agrícola, combinadas con la incertidumbre política y económica en México fueron pieza clave en el aumento sustancial del número de inmigrantes mexicanos a Phoenix. En la década de 1910 la migración de familias mexicanas al área de Phoenix se vio acelerada debido al auge de la industria del algodón en la zona y como consecuencia también de la Revolución Mexicana (Luckingham, 1994).¹⁹

¹⁹ La Revolución Mexicana de 1910 junto con la Primera Guerra Mundial (1914-1918) fueron movimientos bélicos que siguieron atrayendo mexicanos al área de Phoenix. De 2,323 mexicanos registrados en 1920, su número se incrementó a 7,293 para 1930, representando al 15.2 por ciento del total de la población (48, 118 habitantes) (Luckingham, 1994).

En 1912 se sembraron aproximadamente 400 hectáreas de algodón en Phoenix, producción que aumentó a 33 mil hectáreas para 1917. En 1918, la plantación de algodón entró en pánico debido a la escasez de mano de obra como consecuencia de la contratación de mexicanos en el combate de la Primera Guerra Mundial. Los productores plantaron alrededor de 72 mil hectáreas de algodón y ante la carencia de trabajadores agrícolas calificados viajaron a las comunidades mexicanas fronterizas en busca de hombres jóvenes interesados en trabajar en dicho cultivo. Entre 1920 y 1921 habían contratado cerca de 35 mil mexicanos para la recolección de sus cosechas, desafortunadamente para 1921 el precio del algodón cayó (de \$1.25 a 17 centavos por libra) repercutiendo gravemente a miles de trabajadores mexicanos que se quedaron sin el pago de la temporada y sin empleo (Dean, D. & Reynolds, J. 2006).

Terminada la Primera Guerra Mundial y debido a la Gran Depresión muchos inmigrantes regresaron a México. Sin embargo, a finales de 1930, la economía agrícola se restableció y los mexicanos volvieron a constituirse como la principal mano de obra de Phoenix. La producción agrícola benefició a la actividad industrial en el valle proporcionando una nueva fuente de empleo para los mexicanos quienes se emplearon en grandes almacenes, congeladoras, molinos y plantas procesadoras de alimentos. La industria del turismo se mantuvo estable a pesar de la Gran Depresión, los hoteles y restaurantes de la ciudad continuaron atrayendo población lo que a su vez generó algunas oportunidades de trabajo en el sector de los servicios (Dean, D. & Reynolds, J. 2006).

Para 1940, la población mexicana en Phoenix siguió en aumento. La Segunda Guerra Mundial (1939-1945) trajo consigo además de la participación de un gran número de México americanos, la creación de nuevos empleos debido a la instalación de grandes industrias creadoras de armamentos y otras municiones de uso militar (Dean, D. & Reynolds, J. 2006).

Durante la década de los años 1950 y debido a la escasez de trabajadores locales a consecuencia de su participación en la II Guerra Mundial, miles de trabajadores fueron importados de México para trabajar en la agricultura bajo un programa de trabajadores temporales (programa Bracero 1942-1964). Para 1960, el sobre flujo de trabajadores agrícolas junto con la mecanización de dicho sector, hicieron del programa Bracero una política poco

práctica y atractiva. Terminado el programa Bracero, se esperaba que los trabajadores temporales mexicanos regresaran a su país de origen. Sin embargo, hubo quienes decidieron asentarse en busca de nuevas oportunidades de empleo (Luckingham, 1994: 51).

La diversificación económica de Phoenix provocó un crecimiento dinámico en el sector de la manufactura y sobre todo en el sector de los servicios. En la década de 1970 y 1980 el sector servicios proveyó de un gran número de empleos a la comunidad inmigrante de origen mexicano (Luckingham, 1995).

Para los inmigrantes mexicanos, la ciudad de Phoenix les proporcionó oportunidades de empleo que en términos salariales fueron mejor retribuidas que en su país de origen. Sin embargo, pese a los salarios más altos, se trataba de trabajos no calificados o semicalificados ubicados en la parte más baja de la estructura ocupacional y en condiciones de inestabilidad laboral (Luckingham, 1994:192)

A pesar de vivir insertos en ese escenario, la presencia de mexicanos en Phoenix continuó siendo cada vez más visible. De acuerdo con Harner (1995) en 1990, entre los destinos de los inmigrantes mexicanos indocumentados, Phoenix ocupaba el noveno sitio. Los residentes en la ciudad provenían mayoritariamente de los estados mexicanos de Sonora, Sinaloa y Chihuahua (24.5 %, 18.5 % y 15.5 % respectivamente).

En 2008, la American Community Survey registró que el 30.1 por ciento de la población total del estado de Arizona era de origen hispano y que el 91.4 por ciento de ellos eran mexicanos. Particularmente en el área metropolitana de Phoenix, según datos de la misma encuesta, en 2008 había un total de 1'202,992 mexicanos cifra que representaba el 91 por ciento del total de población hispana en dicha área y el 67.2 por ciento del total de la población mexicana en el estado de Arizona.²⁰

²⁰En 2008, la población total de Arizona era de 6'500,180, de los cuales 1'959,197 eran de origen hispano sobresaliendo los mexicanos con una población total de 1'790,787.

Cuadro 2.1. Población total y población de origen mexicano en Phoenix, Arizona, 1950-2000.

Año	Población Total	Población de origen mexicano	Porcentaje de participación
1950	106, 818	16, 000	14.98
1960	439, 170	61, 466	13.99
1970	581, 562	81, 239	13.97
1980	789, 704	116, 875	14.80
1990	983, 403	176, 139	17.91
2000	1' 321, 045	375, 096	28.39

Fuente: Elaboración propia con datos del Census Bureau (Arizona-Race and Hispanic origin for selected large cities and other places: Earliest census to 1950) y Luckingham, 1994.

De acuerdo con Kotlanger, los mexicanos no sólo han tenido el más grande y rápido crecimiento entre los grupos minoritarios en Phoenix, sino que también constituyeron la principal fuerza laboral de la región realizando los trabajos de más baja categoría que los blancos no querían llevar a cabo (Kotlanger, 1983: 425).

2.2. Phoenix, Arizona: Transformación económica y mercados laborales.

De acuerdo con Rex, de 1867 hasta después de la II Guerra Mundial, Phoenix se caracterizó por ser un centro de ranchos agrícolas especializado en el cultivo de algodón, cítricos y la cría de ganado. La década de 1950 trajo a Phoenix un cambio en su modo de producción sustituyendo la agricultura por la industria y algunos servicios (Rex, 2000: 5).

Durante esa época, el gobierno federal estadounidense fue el primero en estimular el desarrollo económico de Phoenix. En un esfuerzo por mejorar la conexión de la costa este con la costa oeste, en 1941 el gobierno federal instaló dos bases aéreas militares (el campo Luke en el noroeste del valle y el campo William al sureste del valle) junto con otros campos aéreos auxiliares y un gran centro de entrenamiento al oeste de la ciudad. Toda esta inversión en infraestructura además de hacer crecer la industria aeronáutica, generó facilidades para introducir también diferentes tipos de servicios en el valle (Rex, 2000: 7).

Durante la década de 1950, la estructura económica de Phoenix siguió cambiando principalmente en la manufactura y particularmente en tres sectores. El mayor cambio ocurrió en el sector de los aviones el cual experimentó una fuerte expansión en el área; el sector de la electrónica, donde la mayoría de los productos electrónicos creados era equipo de comunicaciones y, el sector de maquinaria industrial que también creció moderadamente. Para finales de la década de 1950 se presentaron otros cambios, el sector de los aviones cayó sustancialmente con el cierre de una de las bases militares mientras que el sector de la electrónica siguió creciendo particularmente en la creación de semiconductores (Rex, 2000: 8).

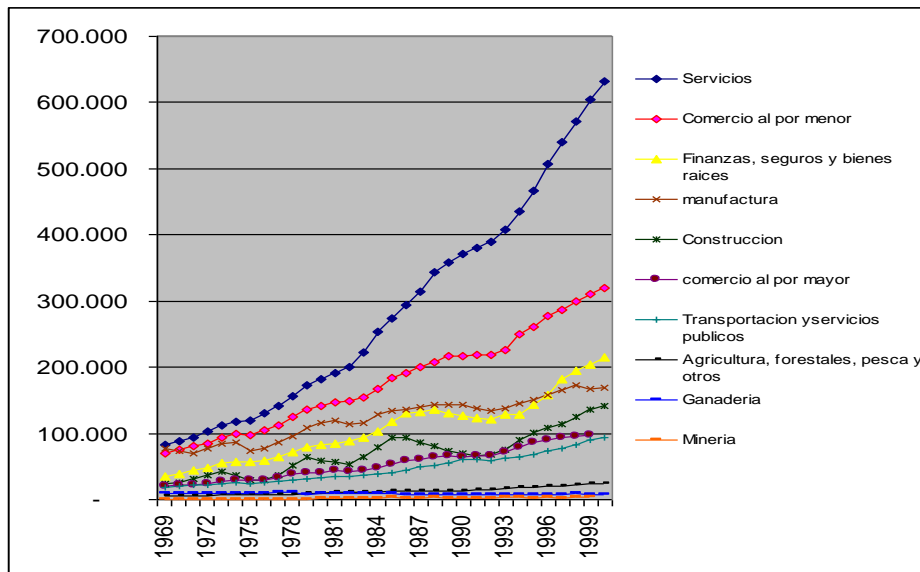
La década de 1960 se vio enmarcada por un decline del sector manufacturero y un constante incremento en el sector servicios. Dicho decremento en la manufactura, no significó que esta actividad haya dejado de ser parte importante de la base económica de Phoenix, sino que las nuevas industrias que se fueron asentando en la región requerían menor cantidad de mano de obra y mayor innovación tecnológica. Empresas de alta tecnología y aeroespacial (como Boeing) abarcaron una parte considerable de toda la manufactura del estado.²¹ Los principales servicios que experimentaron un incremento durante la década de los años 1960 fueron los de salud, negocios, ingeniería, contabilidad e investigación y gestión. De igual manera y como resultado del rápido crecimiento del área metropolitana de Phoenix, la industria de la construcción se vio beneficiada junto con el sector financiero, de seguros y el comercio al por menor (Rex, 2000: 13).

Durante el periodo de 1969 al 2000, las actividades económicas con mayor crecimiento en el condado de Maricopa²² fueron los servicios junto con las ventas al menudeo, finanzas y seguros y manufactura. El crecimiento en el empleo de servicios en el condado también fue extraordinario, pues pasó de 82, 602 personas en 1969, a 631, 601 en el 2000 (County Business Patterns).

²¹Véase Phoenix Economy en:
<http://www.city-data.com/us-cities/The-West/Phoenix-Economy.html>

²² Es el condado más poblado de Arizona, cerca del 60 % de la población vive en dicho condado, su sede es la ciudad de Phoenix.

Gráfica 2.1. Crecimiento del empleo según sector de ocupación en el condado de Maricopa, Arizona, en el periodo 1969-2000



Fuente: Elaboración propia con datos del County Business Paterns. www.census.gov/econ/cbp/index.html

Como ha analizado Rex, a lo largo de todo este proceso de transformación económica de Phoenix, los inmigrantes desempeñaron diferentes ocupaciones pasando del sector agrícola al sector manufacturero y del sector manufacturero al sector servicios (Rex, 2000). En años recientes, el mercado de trabajo de Phoenix se ha caracterizado por la creación de ocupaciones de alto perfil en los servicios y la industria de alta tecnología. Este tipo de trabajos han sido ocupados principalmente por trabajadores nativos calificados, quienes a su vez han generado una demanda de trabajadores en servicios personales de baja calificación como consecuencia de sus necesidades de consumo. Los trabajadores de altos ingresos requieren personal para el cuidado de sus hijos, la limpieza de sus casas, la preparación de alimentos, etc. (S. Sassen, 1998 & Gober, P. 2006). Generalmente los inmigrantes son los que tienen mayores posibilidades de emplearse en esta clase de trabajos debido a que requieren de pocas habilidades y escaso conocimiento del idioma, además su estatus *illegal* en el país les dificulta la entrada a trabajos de mayor calificación y mejor remuneración.

La American Community Survey, reveló para 2008, la ocupación de los grupos minoritarios en los diferentes tipos de industria. El 48.4 por ciento de los hispanos en Arizona,

trabaja en el sector servicios (servicios profesionales, de educación, entretenimiento, de alimentación y otros servicios), el 15.3 por ciento en la construcción y el 14.1 en el comercio (véase cuadro 2.2). Si bien no hay mucha diferencia en cuanto a porcentaje de ocupación en el sector servicios para los tres grupos étnicos, llama la atención el porcentaje de ocupación de hispanos y mexicanos en la industria de la construcción, particularmente en el área metropolitana de Phoenix, el 18.1 por ciento del total de mexicanos trabaja en este sector, cuyas características hacen referencia a trabajos pesados, difíciles y en ocasiones hasta peligrosos.

Cuadro 2.2. Distribución numérica y porcentual de la población de origen minoritario en Arizona y Phoenix y su ubicación en los sectores de ocupación (2008)

Grupos minoritarios	Arizona (6' 500,180 habitantes)				Phoenix
	Afro-americanos	Asiáticos	Hispanos	Mexicanos	Mexicanos
Población total	235,758	154,416	1' 959,197	1' 790,787	1' 202,992
Población empleada de 16 años y más por diferente tipo de industria	99,994	80,894	817,889	737,197	501,509
Construcción	4.3 %	1.6 %	15.3 %	16.0%	18.1 %
Manufactura	7.2 %	13.0%	7.2 %	7.1 %	7.8 %
Comercio al por mayor	1.3 %	2.0%	2.6 %	2.6 %	2.8 %
Comercio al por menor	12.6 %	11.3 %	11.5 %	11.6 %	10.7 %
Transportación	7.8 %	3.1 %	4.7 %	4.6 %	4.8 %
Finanzas, seguros y bienes raíces	8.8 %	7.4 %	5.9 %	5.6 %	6.0 %
Servicios profesionales, científicos y administrativos	10.2 %	11.0 %	11.1 %	11.2 %	13.1 %
Servicios de educación, cuidado de la salud y asistencia social	26.0%	24.2 %	15.0%	14.5 %	12.3 %
Artes, entretenimiento, recreación, alojamiento y servicios de alimentación	8.5 %	14.5 %	12.7 %	13.1 %	12.2 %
Administración pública	6.1 %	3.7 %	4.4 %	4.3 %	3.4 %
Otros servicios	7.2 %	8.2 %	9.6 %	9.4 %	8.8 %

Fuente: Elaboración propia con datos de la American Community Survey 2008.

Las aportaciones de los autores anteriores, junto con los datos proporcionados por la American Community Survey 2008, están analíticamente vinculados con la conceptualización de la división de los mercados de trabajo expuesta en el capítulo uno. Desde antes de la fundación de la ciudad de Phoenix, los inmigrantes mexicanos ya se empleaban en trabajos de muy baja calificación en el sector agrícola principalmente, y si bien una de las razones de la inmigración a dicha ciudad fueron las *oportunidades de empleo*, las condiciones de trabajo siempre fueron inestables y con salarios mal pagados.

A pesar de que el mercado de trabajo de Phoenix se modificó a mediados del siglo XX dando pauta para que los trabajadores mexicanos tuvieran nuevas oportunidades de empleo en la manufactura y los servicios, continuaron ubicándose en los empleos de más baja calificación. Esta constante situación de desventaja motivó a algunos mexicanos en busca de mejores condiciones de vida y trabajo a plantearse opciones como el autoempleo y la creación de pequeños negocios (Staring, 2000).

2.3. Phoenix, Arizona y el crecimiento de los negocios de origen hispano.

En años recientes, los negocios propiedad de las minorías étnicas en Estados Unidos han sido un segmento de rápido crecimiento. En 1997 se estimó que en el país existían más de 3 millones de negocios de este tipo, que generaban ingresos por 495 billones de dólares y empleaban cerca de 4 millones de trabajadores (Yago, G. & A. Pankratz, 2000). Entre 1997 y 2007, el número de negocios propiedad de estas minorías se incrementó en un 89.6 por ciento. Si bien los hispanos no registraron en los últimos 10 años el mayor cambio porcentual en cuanto al incremento de sus establecimientos, en número de negocios, siguen estando arriba de otros grupos étnicos importantes como el de los afroamericanos y el de los asiáticos (véase cuadro 2.3).

De 1'199,896 negocios propiedad de hispanos en 1997, el número se incrementó en un 88.3 por ciento en una década sumando 2'259,857. Para 2007, el 89 por ciento del total de firmas hispanas no contrataron empleados (más de 2 millones de empresas), mientras que el 11 por ciento restante (249,044) emplearon 9.1 millones de personas y generaron 274.6

billones de dólares en ingresos, el 79.5 por ciento del total de los ingresos provenientes de todas las firmas propiedad de hispanos.

Cuadro 2.3 Distribución absoluta y relativa, y cambio porcentual de los negocios propiedad de tres minorías étnicas en Estados Unidos, 1997, 2002, 2007.

	1997		2002		2007		Porcentaje de Cambio 97-07
	Total	%	Total	%	Total	%	
Todos los negocios propiedad de <i>minorías</i>	3'039,033	100	3'958,610	100	5'762,940	100	89.6 %
Negocios propiedad de <i>hispanos</i>	1'199,896	39.5	1'573,464	39.7	2'259,857	39.2	88.3%
Negocios propiedad de <i>Afro-Americanos</i>	823,499	27.1	1'197,567	30.2	1'921,907	33.3	133.4 %
Negocios propiedad de <i>asiáticos</i>	893,589	29.4	1'103,587	27.8	1'552,505	26.9	73.7%

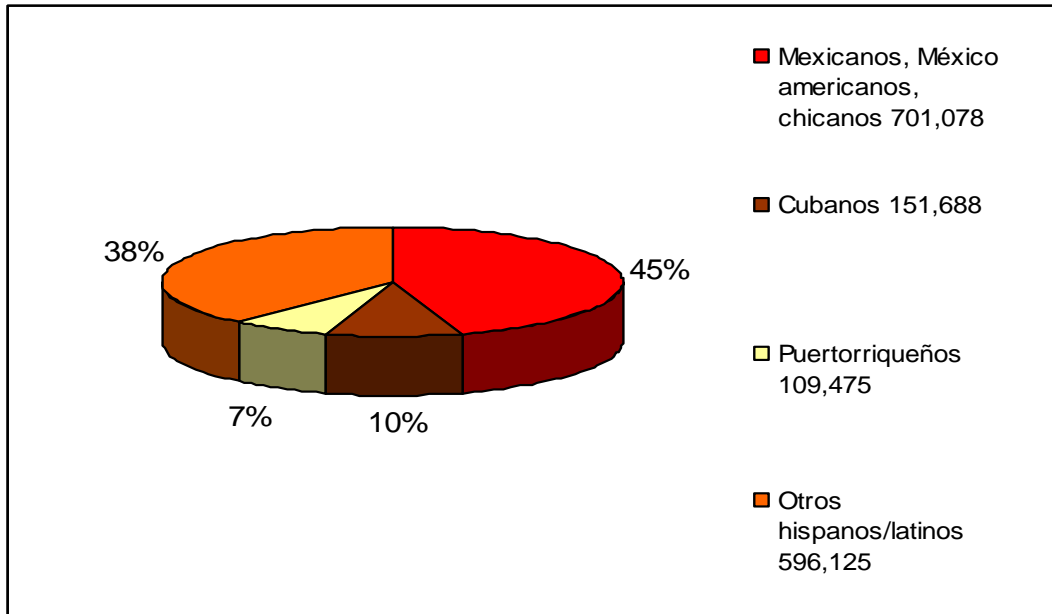
Fuente: Elaboración propia con datos de la Survey of Business Owners, 1997, 2002 y 2007.²³

En 2002, del total de negocios de origen hispano en Estados Unidos, el 45 por ciento eran propiedad de mexicanos o descendientes de mexicanos y sus ventas representaban el 44 por ciento de las ventas totales de las firmas de origen hispano. El 38 por ciento del resto de los negocios hispanos eran de origen centroamericano y sudamericano; un 10 por ciento eran negocios de origen cubano y un 7 por ciento de origen puertorriqueño²⁴ (véase gráfica 2.2)

²³ Los números absolutos y los porcentajes correspondientes a cada una de las minorías son aproximados, la suma no coincide con el total de negocios debido a que hubo propietarios que al momento de la encuesta se incluyeron en más de un grupo minoritario por sentirse parte de más de una raza. La información hace referencia a los negocios en general, aquellas con empleados y sin empleados.

²⁴ AZHCC. 2007. Datos 2007, Focus on Arizona's Hispanic market. Phoenix, Arizona.

Gráfica 2.2. Distribución porcentual de los negocios de origen hispano, según grupo étnico (2002)



Fuente: Elaboración propia con datos presentados en: Hispanic Chamber of Commerce Report. Datos 2007. Focus on Arizona's hispanic market.

De acuerdo con información sistematizada en el cuadro 2.4, en el año 2002, el 9.2 por ciento del total de empresas en Arizona eran de origen hispano, en el condado de Maricopa 7.5 por ciento y en el área de Phoenix 9.5 por ciento. Las microempresas representan un sector significativo de este conjunto, ubicando dentro de esta clasificación pequeños negocios sin empleados o que emplean de uno a cuatro trabajadores.

Cuadro 2.4. Distribución porcentual de las empresas propiedad de hispanos en Arizona, Maricopa y la ciudad de Phoenix (2002)

	Arizona	Maricopa	Phoenix
Número total de Empresas	381,180	239,517	92,073
Número de empresas propiedad de hispanos	35,069	17,964	8,748
% Empresas propiedad de hispanos	9.20%	7.50%	9.50%

Fuente: Elaboración propia con datos del U.S. Census Bureau & Business Quick Facts (2002)

En 2005, en Estados Unidos se registraron un total de 24'457,042 microempresas que representaban cerca del 88 por ciento del total de empresas y el 18 por ciento de todo el empleo privado.²⁵ En ese mismo año, en el estado de Arizona se registraron 429,031 microempresas de las cuales el 83.5 por ciento no contratan empleados y el 16.5 por ciento emplean de 1 a 4 personas. Para el condado de Maricopa se registraron también en ese mismo año un total de 273,444 microempresas que habían creado 343,958 empleos.²⁶

En Relación al autoempleo en Arizona, la American Community Survey (2008) reveló pequeños porcentajes de participación para tres grupos minoritarios (afroamericanos, asiáticos e hispanos) en comparación con la población empleada de cada grupo en el sector privado. Cerca de cincuenta mil hispanos trabajan por cuenta propia en el estado de Arizona, una notable diferencia en relación a los cinco mil asiáticos y a los dos mil quinientos afroamericanos autoempleados. De los cincuenta mil hispanos autoempleados, aproximadamente cuarenta y cinco mil son mexicanos, de los cuales más de treinta y cinco mil se localizan tan sólo en el área metropolitana de Phoenix.

Cuadro 2.5 Distribución porcentual de la población de origen étnico en Arizona y Phoenix, según clase de trabajadores

Grupos minoritarios	Arizona				Phoenix
	Afro-amer.	Asiáticos	Hispanos	Mexicanos	Mexicanos
Población total	235,758	154,416	1' 959,197	1' 790,787	1' 202,992
Población empleada de 16 años y más por diferente tipo de industria	99,994	80,894	817,889	737,197	501,509
Clase de trabajadores					
Sector privado	78.4 %	82.2 %	81.5 %	81.9 %	83.9 %
Gobierno	19.0 %	10.8 %	12.2 %	11.9 %	9.8 %
Autoempleados	2.4 %	6.2 %	6.1 %	6.1 %	6.1 %
Trabajadores familiares sin sueldo	0.2 %	0.7 %	0.2 %	0.2 %	0.2 %

Fuente: Elaboración propia con datos de la American Community Survey 2008

²⁵ Véase Association for Enterprise Opportunity <http://www.microenterpriseworks.org/index.asp?sid=17>

²⁶ Association for Enterprise Opportunity <http://www.microenterpriseworks.org/microenterpriseworks/files/ccStates/MEESFILENAME/0000000003/Arizona-MEES-2005.pdf> La fuente consultada dentro de su clasificación de microempresas ubica a aquellos negocios sin empleados (autoempleados) y aquellos que tienen de uno hasta cuatro empleados.

Los datos anteriores muestran que más que pequeñas empresas posiblemente se trata de personas autoempleadas que en caso de requerir mano de obra emplean a sus familiares más cercanos. De igual manera, si bien las microempresas en Arizona representan un porcentaje pequeño (1.75 %) respecto al total de microempresas en Estados Unidos, a nivel estatal, representan el 87.63 por ciento del total de empresas. En el condado de Maricopa, las microempresas representan el 63.74 por ciento del total de empresas del estado de Arizona.

Cuadro 2.6 Distribución numérica del total de microempresas en el condado de Maricopa, el estado de Arizona y los Estados Unidos (2005)

	Maricopa		Arizona		Estados Unidos
	Total	%	Total	%	Total
# microempresas	273,444	63.7	429,031	1.75	24'457,042
Empleos generados	343,958	63.7	539,650	1.72	31'318,556
Microempresas sin empleados	228,258	63.7	358,145	1.76	20'352,299
Microempresas de 1-4 empleados	45,186	63.7	70,886	1.73	4'104,743

Fuente: Elaboración propia con datos compilados por la "Association For Enterprise Opportunity". Microenterprise employment statistics in EU & Microenterprise employment statistics in Arizona.

El análisis de la información anterior pretende postular la importancia de los pequeños negocios en la economía de Arizona. Aun cuando este tipo de negocios no generan la mayor cantidad de empleos en Estados Unidos, su creciente número intenta responder a demandas concretas de los consumidores y significan una oportunidad para que grupos en desventaja económica puedan iniciar y consolidar una fuente de empleo por cuenta propia (Carrasco, 2005).

2.4. Explorando la EHMPA: Los propietarios de pequeños negocios en Phoenix, Arizona.

Como se mencionó, a finales de 2007, un grupo de investigadores de la Universidad Autónoma de Sinaloa realizaron una encuesta a hogares mexicanos (EHMPA) en el área metropolitana de Phoenix, Arizona. En la encuesta se recopiló información sobre un subconjunto de personas que dijeron ser propietarios de pequeños negocios, población que se

seleccionó para elaborar un primer acercamiento a su perfil socio-demográfico y las características de sus negocios.

Datos de la EHMPA revelaron que en uno de cada diez hogares de las personas entrevistadas existía al menos un negocio propiedad de alguno de sus integrantes. De los 60 hogares con negocios 55 de ellos sólo poseía un negocio, mientras que los cinco restantes registraron dos negocios por hogar. En cuanto a los giros de los negocios, si bien resultaron ser muy variados, destacan aquellos dedicados al comercio, la construcción, talleres mecánicos y servicios de limpieza y jardinería.

Cuadro 2.7. Giro y número de negocios propiedad de inmigrantes mexicanos, identificados por la EHMPA en Phoenix, Arizona, 20007.

Giro de los negocios	Frecuencia
Comercio	11
Construcción	7
Taller Mecánico	6
Limpieza	6
Jardinero	6
Estética/peluquería	5
Transportista	4
Restaurantes	3
Instalación de alarmas y estéreos/autos	2
Cuidado de niños	1
Otros Servicios	9
Total	60

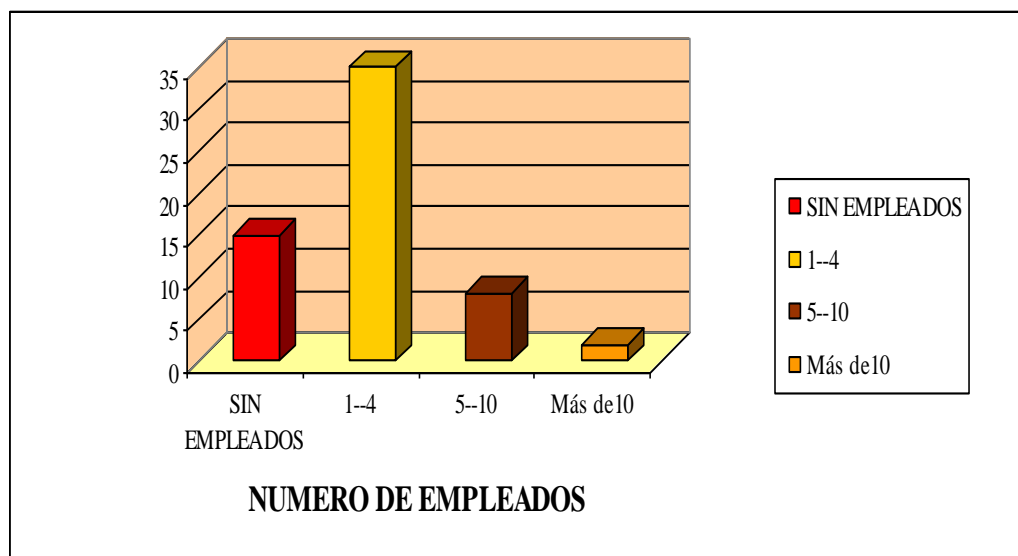
Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de la EHMPA.

El giro de los negocios permite apreciar que se trata de trabajos semi-calificados en talleres mecánicos y estéticas y no calificados como el cuidado de niños, la limpieza y la jardinería; así como ocupaciones inestables en empleos temporales como el de la construcción.

Los datos de la encuesta mostraron que, del total de los negocios registrados, 15 de ellos eran atendidos sólo por el propietario sin la ayuda de ningún empleado; 35 tenían de uno a cuatro empleados, ocho tenían de 5 a 10 empleados y sólo dos tenían más de 10 empleados.

Si clasificamos los negocios por número de empleados es posible apreciar cuatro grupos. El primer grupo es el de los autoempleados; un segundo grupo, el de mayor número, es el de los pequeños negocios; un tercer grupo, es aquel que aun tratándose de pequeños negocios su rango de contratación es mayor pues puede emplear hasta 10 personas, y un cuarto grupo muy pequeño que declaró contar con más de 10 empleados.

Gráfica 2.3. Distribución de los negocios de acuerdo al número de empleados.



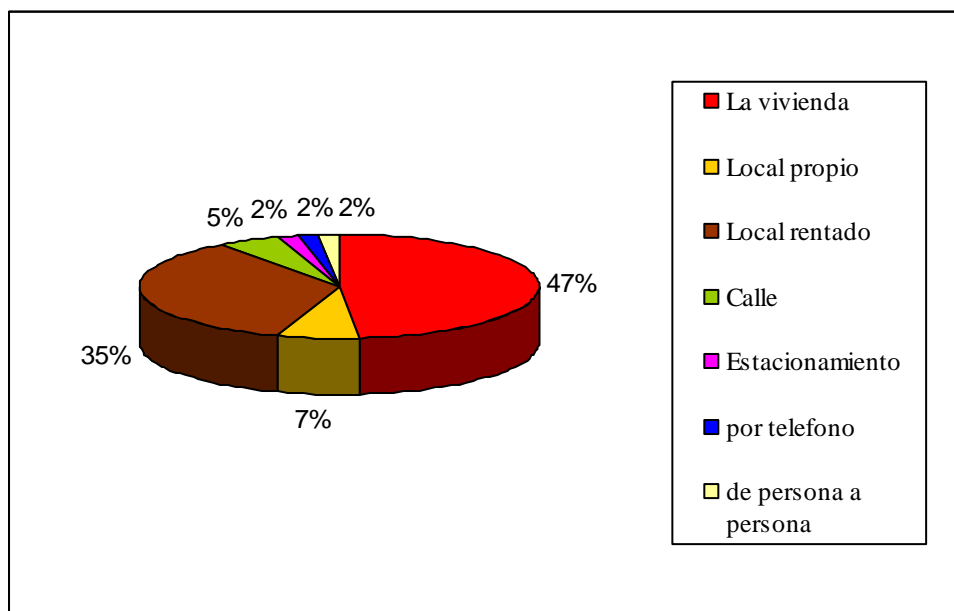
Fuente: Elaboración propia con información captada en la EHMPA 2007

De los 45 negocios que registraron tener empleados, se indagó sobre el número de empleados mexicanos y sobre el número de empleados familiares. En 39 de ellos se empleaba al menos un mexicano (lo que indicaría una relación por cercanía étnica) y en 24 casos se registró al menos un empleado familiar.

Respecto a la ubicación de los negocios, 29 de ellos se localizan en la vivienda; 21 se ubican en un local rentado y sólo cuatro poseen un local propio. Esta distribución mostró una relación directa con el giro de negocio. Los que declararon ubicarse en la vivienda ofrecen algún servicio en construcción, limpieza y jardinería que no necesariamente requieren de un local para desempeñar tales actividades. Aquellos que tienen un local rentado son

comerciantes y estilistas, y quienes poseen un local propio son propietarios de restaurantes y estéticas, aunque también hay quien se dedica a la jardinería.

Gráfica 2.4. Ubicación de los negocios



Fuente: Elaboración propia con información captada en la EHMPA 2007

La existencia de negocios que declararon estar establecidos en vía pública (calle, estacionamiento) puede indicar que se trata de pequeños negocios o puestos móviles que ofrecen algún producto como la venta de alimentos de manera informal. Entre quienes declararon atender su negocio por teléfono o de persona a persona se dedicaban a la venta de comida y el ofrecimiento de otros productos.

La encuesta reveló la existencia de 39 jefes de hogar que dijeron ser tanto propietarios como encargados del negocio. Así mismo se cuestionó a los entrevistados si el negocio era el ingreso principal del hogar, a lo que 40 personas (66.6%) respondieron obtener de ellos la mayor entrada de recursos que les permite satisfacer las necesidades familiares.

Respecto al perfil de los propietarios, 36 de ellos tenían entre 30 y 49 años de edad y 14 se encontraban en el rango de edad de los 20 a 29 años, tratándose de personas en las

edades más activas de la vida productiva. En cuanto al sexo, 41 de los propietarios eran hombres y 19 mujeres.

En referencia a la escolaridad, siete propietarios tenían estudios universitarios, 21 estudios de preparatoria (15 terminada y 6 incompleta), 13 estudios de secundaria (10 terminada y 3 incompleta), 18 estudios de primaria (12 terminada y 6 incompleta) y sólo una persona declaró no contar con estudios. En terminos generales, este grupo de entrevistados tienen un nivel promedio de escolaridad mayor al de la media nacional en Mexico (9.3 vs 8.1). No hay una clara relación entre el nivel de escolaridad y el giro de los negocios; sin embargo, se podría aventurar que quienes declararon tener un taller mecánico o una estética eran personas que durante su proceso de formación escolar recibieron algún tipo de instrucción técnica para desempeñar estos oficios.

En relación al origen de los entrevistados, destacan las proporciones de aquellos provenientes de los estados de Sinaloa (25 %) Chihuahua (13.3 %), Jalisco (11.7 %) y Sonora (10 %), tres de ellas, entidades mexicanas con relativa cercanía geográfica con Arizona. Vale la pena mencionar que en el conjunto de entrevistados por la EHMPA, el estado con mayor participación de inmigrantes mexicanos en Phoenix es Sonora. Respecto a la situación migratoria de los propietarios de negocios, 17 dijeron contar con ciudadanía estadounidense, 21 son residentes y 22 no son ciudadanos ni residentes.

Considerando el número de empleados y la ubicación de los negocios, se pudo apreciar que prevalecen los autoempleados y pequeños negocios familiares, situación que coincide con las investigaciones de Bonacich (1987), Rath & Kloosterman (2000) y Min Zhu (2004) quienes afirman que la mayoría de los negocios creados por inmigrantes son pequeños, dependientes del autoempleo y, en caso de que se requiriera, también de la fuerza de trabajo familiar.

El hecho de que más del 60 por ciento de los casos haya respondido que el negocio es la fuente principal de ingresos del hogar y que esa misma proporción de los negocios sean atendidos por el jefe del hogar nos permite postular que posiblemente problemas de inserción

laboral o inconformidades en el mercado general de trabajo, lleva a los inmigrantes a crear estrategias de sobrevivencia como lo es el autoempleo o la creación de un pequeño negocio.

A lo largo de este capítulo se presentó el proceso de asentamiento e inserción laboral de los migrantes mexicanos en el contexto de la transformación económica de Phoenix desde sus inicios hasta la actualidad. Se mostraron también datos que reflejan el crecimiento de los pequeños negocios y la participación de los hispanos en este sector. Por otra parte, se analizó información de la encuesta que reveló la presencia de un grupo de inmigrantes que decidieron trabajar por cuenta propia creando una fuente de empleo a nivel personal y/ familiar. En los siguientes tres capítulos, con base en el análisis de 35 entrevistas en profundidad, se indagó la relación y/o influencia del capital humano, el capital social y las estructuras de oportunidad en la creación de negocios por parte de los mexicanos en Phoenix.

CAPÍTULO III

INCIDENCIA DEL CAPITAL HUMANO EN LA CREACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS DE INMIGRANTES MEXICANOS EN PHOENIX, ARIZONA.

Como ya se mencionó en el capítulo I, en los estudios sobre inmigrantes en Estados Unidos, diversos autores han destacado un conjunto de factores que inciden en la creación de negocios propiedad de esta población. Entre esos factores señalan los niveles de educación, la experiencia laboral tanto en el país de origen como en el de destino, los recursos étnicos y de clase, el acceso a redes sociales, el manejo del lenguaje propio del país receptor, así como condiciones de mercado favorables en el país receptor. Para grupos étnicos como los cubanos en Miami, los coreanos y los iraníes en Los Ángeles, los mexicanos en Chicago y Nueva York, todos estos aspectos fueron pieza clave en la creación de sus propios negocios. En el cuadro 3.1 se hace referencia a esos aspectos relacionándolos con los ejes de análisis propuestos en el primer capítulo: el capital humano, el capital social y las estructuras de oportunidad.

Cuadro 3.1. Relación de factores que han incidido en la formación de negocios de inmigrantes en Estados Unidos

Capital Humano	Capital Social	Estructuras de Oportunidad
<ul style="list-style-type: none"> • Nivel educación en origen y destino. • Trayectoria laboral en origen y destino. • Manejo del idioma del país destino. • Ambiente de socialización: Rural-urbano. • Recursos étnicos • Recursos de clase • Características propias del individuo: Mayor motivación y propensión al riesgo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a redes sociales. • Conjunto de lazos interpersonales que conectan migrantes y no migrantes en áreas de origen y destino. • Relaciones de empleo entre propietario y trabajador. • Recursos de identidad grupal. • Estrechos lazos entre paisanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones favorables de mercado para la venta de productos y servicios étnicos y para una mayor atención al mercado no étnico. • Rutas de acceso a los negocios: negocios vacantes, competencia por vacantes y políticas de gobierno.
Autores: Light & Bonacich (1988), Pyong & Bozorgmehr (2000), Cornelius (2003), M. Tienda (1983), Valenzuela-Camacho (2007).	Autores: Portes (1995), Rajman y Tienda (2000), Waldinger (1984), Massey et al. (1994).	Autores: Waldinger, Aldrich & Ward (1985, 1999).

Fuente: Elaboración propia con base en los autores referidos.

Los resultados que se analizan en este capítulo y los dos siguientes se derivan de la amplia y detallada información obtenida en 31 entrevistas en profundidad con migrantes mexicanos autoempleados y dueños de pequeños negocios realizadas en Phoenix, así como de cinco entrevistas con informantes clave, todos ellos personas que laboraban en instituciones al servicio de la comunidad hispana en dicha ciudad.²⁷ Para explorar los recursos de capital humano y capital social de los inmigrantes entrevistados e indagar su conocimiento y, dado el caso, la utilización de las estructuras de oportunidad propicias para establecer negocios o desarrollar actividades por cuenta propia, las entrevistas en profundidad fueron consideradas la técnica más apropiada por el contacto directo y extenso que este recurso ofrece para reconstruir de manera detallada sus trayectorias migratorias y laborales, enfatizando en las narraciones los factores que incidieron en la creación de sus negocios.

En el presente capítulo a partir del uso de los indicadores creados y mostrados en el apartado metodológico del capítulo uno, se analiza el origen rural y urbano de los entrevistados, su manejo del idioma inglés y sus trayectorias escolares y laborales tanto en México como en Estados Unidos, considerándolos como recursos de capital humano.

3.1. Origen rural y urbano y niveles de escolaridad

Para iniciar el análisis, en el Cuadro 3.2 se detalla (con sus respectivos valores) el lugar de origen y los niveles de escolaridad de los entrevistados con la finalidad de examinar estos dos aspectos considerándolos factores de diferenciación inicial en el acceso a oportunidades educativas y laborales. Respecto al origen urbano y rural, además del lugar de nacimiento, se consideraron los espacios de socialización previos a la llegada a Estados Unidos otorgándosele un valor más alto de “2” a los de origen urbano y un valor de “1” a los de origen rural.²⁸

²⁷ Se trata de la Cámara de Comercio Hispana de Phoenix (CCHP), el Centro Empresarial de Negocios para las Minorías (MBEC), la oficina de atención a personas con inquietudes empresariales de la ciudad de Phoenix, la Asociación Latina de Arizona (ALAZ) y la Asociación Mujeres Latinas de Éxito (MLDE).

²⁸ Niveles de escolaridad: PC primaria completa, SI secundaria incompleta, SC secundaria completa, PI preparatoria o estudios técnicos incompletos, PCT preparatoria o carrera técnica completa, UI estudios

Sólo una tercera parte de los entrevistados declaró haber nacido y crecido en una zona rural. Vinculando el origen de los entrevistados con sus escolaridades, en primera instancia los dos grupos (rural y urbano) presentan niveles de escolaridad concentrados principalmente en el nivel medio y alto. Sin embargo, las personas de origen urbano parecen haber tenido mayor acceso a oportunidades educativas, especialmente en el nivel universitario.²⁹ Por ejemplo, para Gloria, Bertha y Oscar, nacidos en zonas rurales, haber crecido en una zona urbana facilitó el acceso a sus estudios profesionales, estudios que consideran hubiese sido más difícil cursar si hubieran permanecido en un área rural (véase cuadro 3.2).

Teresa y Silvia son de origen rural pero eso no fue impedimento para llegar a estudiar una carrera al menos a nivel técnico como lo hizo Silvia quien logró obtener el título de Secretaria ejecutiva en Culiacán Sinaloa, ciudad que se ubica a una hora del pueblo de el Dorado de donde Silvia es originaria. Teresa, por su parte, es maestra en educación primaria y para poder cursar sus estudios tuvo que dejar por 4 años su pueblo (Tlaxcalilla) en Hidalgo para radicar en San Juan del Río, unas de las ciudades más importantes del estado de Querétaro.

universitarios incompletos, UC estudios universitarios completos, OTROS se refiere a otros estudios o cursos, I incompletos, C completos, L se refiere a aquellos cursos tomados para tramitar una licencia de trabajo o negocio.
²⁹ Se clasificó la escolaridad de los entrevistados en nivel básico (primaria completa y secundaria incompleta), medio (secundaria completa, preparatoria incompleta) alto (preparatoria y/o estudios técnicos completos y/o estudios universitarios incompletos) y nivel universitario (estudios universitarios terminados tanto en México como en Estados Unidos). Se agregó la categoría de *otros* para demás estudios o cursos realizados.

Cuadro 3.2. Lugar de origen y niveles de escolaridad de los entrevistados.

ENTREVISTADOS	LUGAR DE ORIGEN	ORIGEN	Nivel de estudios concluidos en:																										
			MEXICO									EEU																	
			BASICO (1)			MEDIO (2)			ALTO (3)			UNIV (4)			OTROS		BASICO (1)			MEDIO (2)			ALTO (3)			UNIV (4)		OTROS	
			PC	SI	SC	PI	PCT	UI	UC	I	C	PC	SI	SC	PI	PCT	UI	UC	I	C									
Mary	Las Cruces Namiquipa, Chih.	RURAL (1)																		L									
Gustavo	La Laguna Colorada, Sinaloa																												
Ramiro	Calvillo, Aguascalientes																												
Erika	El Mogote, Guerrero																												
Víctor	Charcas, SLP																												
Andrés	La Trinidad, Sin.																												
Antonio	San Antonio La Isla, Edo. Mex.																												
Silvia	El Dorado, Sin.		SECRETARIA EJECUTIVA																										
Teresa	Tlaxcalilla, Hidalgo		MAESTRA EN EDUCACION																										
Betty	Los Mochis, Sinaloa	URBANO (2)																											
Francisco	Agua Prieta, Sonora																												
Héctor	Zapopan, Jalisco																			L									
Javier	Ciudad de México																												
Flavio	Ciudad de México																												
Jesús	Fresnillo, Zacatecas.																			L									
J. Antonio	Ciudad de México																												
Mario	Tepic, Nayarit																												
Yolanda	Culiacán, Sin.		CULTURA DE BELLEZA																										
Roxana	Uruandida, Michoacán		CULTURA DE BELLEZA																	L									
Alma	Ciudad de México		CULTURA DE BELLEZA																	L									
Gloria	Bacanora, Son/ Culiacán, Sin.		CT ENFERMERIA																										
Filiberto	SLRC, Sonora		CT AGRONOMIA																	L									
José	Aguascalientes		ADMON. EMPRESAS																	L									
Elizabeth	Cd. Obregón, sonora		ADMON. EMPRESAS																										
Arcelia	Guadalajara, Jal.		ARQUITECTURA																	L									
Carlos	Ensenada, BC	CONTABILIDAD																											
Bertha	Catedral/Cd. De Hidalgo, Chih.	ENFERMERIA																											
René	Culiacán, Sin.	ECONOMIA																											
Irene	Cd. Obregón, sonora	TURISMO																											
J. Leonardo	Cd. De Puebla	ING. ELECTRICA																	L										
Oscar	La Ballona, Nay/ Culiacán, Sin.	ING. AGRONOMIA																	L										

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida de las entrevistas en profundidad

Casos como el de Silvia y Teresa muestran como no siempre el lugar de origen está asociado con niveles de escolaridad altos o bajos. Por ejemplo, Mary y Gustavo de origen rural y Francisco y Héctor de origen urbano, cursaron solamente el nivel básico en México pero continuaron sus estudios en Estados Unidos, tres de ellos logrando llegar al nivel medio. La exposición al idioma y la socialización en el lugar de destino en edades muy tempranas marcará diferencias significativas, como se verá más adelante.

Para continuar el análisis se indagó si las oportunidades educativas fueron aprovechadas en la puesta en marcha de los negocios de los entrevistados. Retomando los casos de Mary, Gustavo, Francisco y Héctor, la escolaridad no parece haber sido un factor relevante en la puesta en marcha de sus negocios. Francisco es dueño de una frutería y es el único de los cuatro que cuenta con estudios de preparatoria terminada en Estados Unidos. Mary y Héctor se desempeñan dentro del sector inmobiliario. Mary renta un pequeño local donde ofrece sus servicios de compra, modificaciones y refinanciamiento de viviendas, mientras que Héctor creó una empresa familiar dedicada a la renta de viviendas. Ambos cuentan con estudios de secundaria. Gustavo, por su parte, es herrero y no logró terminar sus estudios de secundaria.

En casos como el de Roxana y Alma Janeth, ambas de origen urbano y estilistas establecidas en la ciudad de Phoenix, su nivel de escolaridad medio traducido en una carrera técnica en cultura de belleza, sí jugó un rol determinante en la puesta en marcha de sus negocios, aun cuando se trata de contextos diferentes. Roxana nació y vivió en la ciudad de Uruandida, Michoacán hasta los 25 años y reside desde hace 18 años en Phoenix. En Michoacán, terminó la preparatoria, estudió un curso de cultura de belleza por un año y la carrera técnica de auxiliar contable con una duración de tres años. A los 22 años de edad, buscó trabajo y fue contratada en una estética, donde permaneció por tres años. A los 25 años (1991), llegó a Phoenix a visitar a un familiar y encontró, a su decir, una muy buena oportunidad de empleo en una estética. Ahí trabajó por cinco años y posteriormente alrededor de cuatro años en otra estética. En el año 2000, con 12 años de experiencia trabajando en el ramo, tres años en México y nueve años en Estados Unidos, abrió su propia estética en Phoenix. Ella considera que sus estudios posibilitaron adquirir experiencia tanto en el lugar de origen como en el de destino.

Alma Janeth, al igual que Mary, Gustavo, Héctor y Francisco, es otro de los casos de hijos de migrantes. Nació y vivió en la ciudad de México hasta los 16 años, edad en la que terminó la preparatoria y llegó a Phoenix a reunirse con su madre, quien tenía varios años residiendo en dicha ciudad. En Phoenix, los estudios de preparatoria no fueron reconocidos por lo que ingresó a la secundaria y cursó un año para obtener el certificado y continuar estudios de preparatoria. También cursó un año de cultura de belleza. Mientras estudiaba, tuvo varios trabajos de medio tiempo, ninguno relacionado con sus estudios de belleza. A los 21 años de edad y por cinco años trabajó en una estética. En 2006, gracias a una oportunidad de negocios y contando con apoyos de familiares, inició su propia estética. Actualmente tiene tres empleados, dos mexicanos y un americano. Ella comenta que desde que entró a trabajar como empleada, además de adquirir la experiencia necesaria, se fue preparando económicamente para obtener los recursos suficientes e instalar su propio salón de belleza. Según expresó, la decisión de establecer una estética definitivamente tuvo relación con sus estudios, particularmente con su carrera cursada en Estados Unidos. Ella se sigue preparando y acude a cursos de actualización por lo menos una vez al año.

Figura 3.1. Dimensiones de los negocios de Roxana y Alma Janeth.



Fotografía: Bribilia Cota Cabrera. Trabajo de campo en Phoenix, Arizona, 2009.

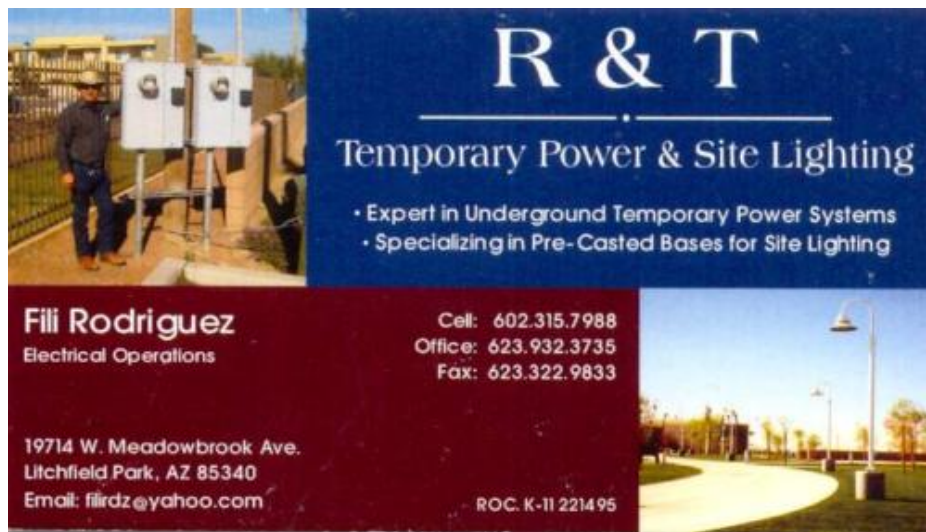
Filiberto también atribuye a sus estudios la trayectoria de su carrera laboral en México y Estados Unidos y el éxito de su actual negocio. De origen urbano, tiene 46 años de edad y 24 años viviendo en Estados Unidos. Es técnico agrónomo egresado de la Escuela de Capacitación Agrícola afiliada a la Universidad Autónoma de Baja California. Estudió la preparatoria con especialidad en electrónica en un CECYT y sus estudios en una secundaria técnica e industrial le dieron la especialidad en electricidad. También cuenta con conocimientos de mecánica adquiridos en el taller mecánico de su padre, lugar donde creció. Terminó su carrera técnica a los 20 años y por cerca de dos años trabajó prácticamente sin sueldo para el departamento técnico del programa ganadero del Estado de Baja California.

A decir del entrevistado, la situación económica y la falta de oportunidades de empleo lo llevaron a Estados Unidos cuando tenía 22 años de edad. Con apoyo de amigos, consiguió su primer trabajo en una compañía en Yuma. Por dos años trabajó en la instalación de sistemas de irrigación para grandes plantaciones de árboles y otras áreas verdes. A los 24 años se mudó a Phoenix con un familiar que lo invitó a trabajar allá. Trabajó por dos años en una compañía que se dedicaba al cultivo de árboles a escala mayor. Según relata, entró instalando los sistemas de riego para las plantaciones y terminó trabajando en el departamento de mecánica, en donde puso en práctica las habilidades aprendidas en el taller de su padre. A los 26 años recibió una invitación de un amigo para trabajar en la industria de los tornos, remanufacturando rodillos para imprenta. Ahí entró manejando tornos y después de tres años llegó a ser director de producción. A los 29 años dejó ese trabajo y regresó a la frontera con la intención de poner su propio negocio. Al llegar a Yuma fue contratado por rancheros para dirigir las cosechas de durazno y hacer plantaciones de nuevas parcelas, ahí estuvo cerca de un año, después entró a trabajar al taller de reparación de NAPA, perfeccionando en dos años su técnica en la rectificación de motores.

En 1995, Filiberto dejó NAPA para iniciar su propio negocio en la compra y venta de artículos usados y nuevos (principalmente maquinaria y herramienta) en ambos lados de la frontera, San Luis Arizona y San Luis Sonora. Del lado americano la gente llegaba mayoritariamente a venderle herramientas y maquinaria que después él importaba y vendía en México. En este negocio llegó a tener hasta cinco empleados trabajando en ambos lados de la frontera. Su negocio funcionó por cinco años, cerrando y volviendo a Phoenix por

problemas familiares. En el 2000 llegó a Phoenix y se asoció con unos amigos para crear una compañía enfocada a la fabricación de bases para postes. Por cuatro años estuvo trabajando en esto, pero el negocio por ser novedoso era también lento. Sus amigos se desesperaron y lo dejaron solo, por lo que tuvo que recontractarse para otras compañías (sin abandonar del todo la elaboración de postes prefabricados). De 2004 a 2008, trabajó como superintendente en una compañía y a finales de ese año decide nuevamente constituirse como empresa. Actualmente tiene una compañía especializada en la instalación de sistemas temporales de electricidad y en la instalación permanente de sistemas de iluminación. Sus estudios en México fueron el inicio de un capital humano acumulable de habilidades y experiencias ocupacionales adquiridas en una trayectoria de más de 30 años.

Figura 3.2. Ilustración de la publicidad sobre el trabajo que desempeña Filiberto



Fuente: Bribilia Cota Cabrera. Trabajo de campo en Phoenix, Arizona, 2009.

Sobre quienes lograron terminar estudios universitarios, sólo uno de los siete entrevistados atribuye a su nivel educativo las oportunidades presentadas desde su primer empleo en México hasta su llegada a Estados Unidos y la creación de su actual negocio. Se trata de José Leonardo, ingeniero eléctrico y originario de la ciudad de Puebla.

Cuadro 3.3. Entrevistados cuya alta escolaridad no fue determinante en la creación de sus negocios.

Nombre	Origen	Escolaridad	Tipo de negocio	Giro del negocio
Teresa	Rural	Lic. Educación Primaria	Negocio familiar	Vestidos y accesorios para XV años
Carlos	Urbano	Lic. Contabilidad	Autoempleado	Jardinero
Bertha	Urbano	Lic. Enfermería	Negocio familiar	Paquetería y envíos de dinero
René	Urbano	Lic. Economía	Negocio familiar	Tienda de deportes
Irene	Urbano	Lic. Turismo	Negocio familiar	Restaurant
Oscar	Urbano	Ing. Agrónoma	Negocio con empleados (4 mexicanos)	Joyería

Fuente: Elaboración propia con base a la información obtenida en las entrevistas en profundidad

José Leonardo tiene 44 años de edad y 14 años viviendo en Estados Unidos. Estudió en Puebla Ingeniería Eléctrica y desde sus 19 años de edad hasta la fecha se ha desempeñado en trabajos directamente relacionados con sus estudios. Su primer trabajo como electricista fue en una empresa acerera, en donde trabajó por nueve años llegando a ocupar el puesto de gerente general. En 1995 llegó a Phoenix con una visa de trabajo y contratado por una compañía americana para la que trabajó seis años diseñando e instalando tableros eléctricos para grúas. En 2001, un amigo lo invitó a trabajar en otra compañía diseñando tableros eléctricos para equipos de pozos profundos, ahí permaneció dos años y abandonó el empleo por problemas laborales. En 2003, decidió volver a estudiar un curso para acreditarse como electricista en Estados Unidos, obteniendo en seis meses una doble licencia como electricista-contratista para realizar trabajos residenciales y comerciales. Distribuyendo tarjetas de presentación en unos meses logró hacerse de una cartera de clientes mayoritariamente americanos. La escolaridad en origen fue un factor clave en su trayectoria laboral en México y Estados Unidos, y ambos aspectos (escolaridad y experiencia laboral) fueron útiles para iniciar su propio negocio.

3.2. Trayectorias laborales y migratorias

Con relación a las trayectorias laborales de los entrevistados (cuadros 3.4, 3.5 y 3.6), recordemos que los valores dados a las variables fueron asignados en función de lo siguiente: el valor más alto (igual a “4”) es para aquellos mexicanos que permanecieron trabajando en el mismo sector o actividad tanto en México como en Estados Unidos, le

sigue un valor igual a “3” para aquellos que durante su trayectoria laboral en Estados Unidos se han mantenido también realizando la misma actividad, “2” para aquellos cuyas actividades realizadas en el último empleo están relacionadas con el actual negocio y “1” para quienes su actual actividad no tiene ninguna relación con sus empleos anteriores.

Retomando el caso de los entrevistados, Carlos, es otro de los que lograron terminar sus estudios de licenciatura, sin embargo, pese a los conocimientos adquiridos en cinco años de universidad, estos no fueron utilizados ni aprovechados en las actividades que ahora realiza como trabajador independiente en la Jardinería en Phoenix, Arizona. Licenciado en contabilidad por la Universidad Autónoma de Baja California, tiene 40 años de edad y 17 años viviendo en Estados Unidos y desempeñando el oficio de jardinero. De los 14 a los 22 años de edad, estudió y trabajó simultáneamente. La mayoría de los trabajos que desempeñó en esos años fueron de muy baja calificación: limpieza de un cine, vendedor ambulante de paletas de hielo, obrero en una fábrica y granjero en un rancho. Hasta que concluyó sus estudios universitarios pudo desempeñarse en mejores empleos. Su primer trabajo como contador fue en un supermercado, pero sólo por unos meses pues el negocio cerró debido a problemas internos. Su segundo y último empleo antes de llegar a Estados Unidos fue como cajero en una tienda por cerca de dos años.³⁰ La necesidad de mejores salarios hizo que Carlos decidiera emigrar a Phoenix, lugar donde su mamá tenía viviendo varios años. Ella le ayudó a conseguir trabajo en la compañía de limpieza de un amigo mexicano, donde laboró por ocho años. De 2000 a 2006, Carlos siguió desempeñando el mismo oficio pero para un americano, mejorando su nivel de inglés en la práctica diaria. Aproximadamente en 2003, empezó a alternar su empleo con el trabajo por cuenta propia en la jardinería los fines de semana. Desde 2006 trabaja como jardinero independiente, toda su herramienta la tiene en el patio trasero de su casa y cuenta con una camioneta que le permite desplazarse a sus lugares de trabajo.

Andrés y Erika también son auto-empleados pero de origen rural y con niveles de escolaridad inferiores a Carlos. En los tres casos, independientemente del lugar de origen y los niveles de escolaridad, la experiencia en empleos anteriores generó oportunidades para la creación de negocios propios. Andrés tiene 29 años de edad y apenas 6 años viviendo en Phoenix, es originario del pueblo de la Trinidad (Sinaloa) donde no concluyó sus estudios

³⁰ Carlos comenta que a él la escuela nunca le gustó y que su decisión de estudiar contabilidad fue sólo por darle gusto a su mamá.

de preparatoria por la necesidad de incorporarse al mercado de trabajo. Su experiencia laboral se ha desarrollado en trabajos de baja calificación, pues en México trabajó principalmente en la agricultura y en Estados Unidos como lavaplatos, jardinero y pintor. Este último empleo le permitió aprender un oficio durante cuatro años y posteriormente trabajar por cuenta propia. Año y medio trabajó para un pintor guatemalteco y dos años más para dos compañías de pintura. A inicios de 2008, empezó a trabajar por cuenta propia.

Erika tiene 28 años de edad, es originaria del pueblo del Mogote (Guerrero) y llegó a Phoenix en el año 2000. Al igual que Andrés, su trayectoria laboral en origen y destino se desarrolló en trabajos de baja calificación. En su pueblo trabajó por cuenta propia vendiendo pollos y comida. Al llegar a Phoenix, inició vendiendo productos por catalogo y trabajó también como obrera en una fábrica de salsas, pero donde se desempeñó por más tiempo fue en una compañía de limpieza. De 2005 a 2007, trabajó de lunes a viernes como empleada en la compañía de limpieza y los fines de semana con una amiga limpiando casas. Su experiencia en ambos trabajos la llevó a decidirse a trabajar por cuenta propia con el apoyo de una hermana.³¹

³¹ Para Andrés y Erika, la experiencia acumulada en sus empleos anteriores los ubican en la categoría de “Buena experiencia laboral” con un valor de 2 puntos.

E	N	O	Cuadro 3.4. Trayectoria laboral en origen y destino de los entrevistados de origen rural para todos los niveles de estudio					
			MEXICO			EEUU		
			PRIMER EMPLEO	TRAYECTORIA OCUPACIONAL	ULTIMO EMPLEO	PRIMER EMPLEO	TRAYECTORIA OCUPACIONAL	ULTIMO EMPLEO
Mary	B (1)	RURAL	N/A	N/A	N/A	Recepcionista en oficina de aseguranzas	Venta pólizas de seguros y loan officer	Loan officer
Gustavo			Agricultura			Cargador	Empacador	Fabricación de ductos para Aires acondicionados
Ramiro			Agricultura	Agricultura	Agricultura	Lava platos	Cocinero, construcción, agricultura	Negocio propio: Discoteca
Erika	Autoempleada: venta de pollos			Venta de comida en su casa	Venta de jafra	Obrera y limpieza de oficinas	Limpieza de oficinas	
Víctor	M (2)		Venta de frutas		Limpia carros	Cocinero	Pescadería, cajero restaurante, tienda de velas, renta de un restaurante, pone un restaurante propio	Cocinero
Andrés			Agricultura		Obrero de maquila	Lava platos	Jardinería, pintura	Pintura
Antonio			Músico y cantante	Músico de los pasteles verdes, maestro de música	Músico y cantante independiente (creador de un grupo)	Lava platos	Imprenta, músico, limpiando la discoteca	Gerente de la discoteca
Silvia	A (3)		Secretaria			Llantera	Secretaria, limpieza de oficinas	Venta ambulante de raspados y lonches
Teresa	U (4)		Maestra cubriendo interinatos			Voluntaria en una escuela primaria	Sustituta de maestra,	Asistente de maestra

E	N	O	Cuadro 3.5. Trayectoria laboral en origen y destino de los entrevistados de origen urbano y nivel básico y medio de estudios							
			MEXICO			EEUU				
			PRIMER EMPLEO	TRAYECTORIA OCUPACIONAL	ULTIMO EMPLEO	PRIMER EMPLEO	TRAYECTORIA OCUPACIONAL	ULTIMO EMPLEO		
Betty	B (1)	URBANO	Venta de ropa	Autoempleada en venta de comida	Autoempleada en venta de ropa	Venta de aparatos electrónicos	Sobadora, cocinera, limpieza de oficinas	Sobadora, limpieza de casas y venta de tamales por cuenta propia		
Francisco			N/A	N/A	N/A	Empacador de mandado en una tienda	Acomodador de frutas y verduras, encargado del dep. frutas y verduras, comprador de frutas y verduras, comprador y distribuidor por cuenta propia, pone una joyería, le ayuda a un hermano a abrir una panadería	Pone un negocio de cambio de cheques y envío de dinero		
Héctor			N/A	N/A	N/A	Jardinero	Venta de películas y discos piratas, socio y empleado en una clínica naturista.	Socio de una clínica y asistente clínico		
Javier			Obrero	Limpieza en farmacia, encargado medicamentos controlados, obrero	Mesero en un bar	Haciendo zanjas	Limpia yardas, obrero, bodeguero	Construcción		
Flavio			Vendedor de tortillas		Limpia carros	Agricultura	Ordeñando vacas, compra y venta de muebles usados, nuevos por cuenta propia, venta de ropa, venta artículos eléctricos CP, joyería, importador y vendedor de zapato mexicano, mayorista y distribuidor de artículos de piel, apertura de tienda de artículos de piel, importador y vendedor ambulante de marisco fresco, vendedor de carros p/compañía.	Venta, legalización y transportación de carros a México		
Jesús			Agricultura			Lava platos	Obrero en fábrica de papel, obrero en compañía de metales, compañía de motores, compañía de limpieza	Arregla motores de carros en una compañía de motores		
Mario			M (2)	URBANO	Ayudante de mosaiquero	Ayudante de radiotécnico, vendedor enciclopedias, construcción	Policía	Obrero	Lavaplatos, construcción, agente ventas paquetes fotográficos, fotógrafo independiente, ayudante en un laboratorio fotográfico, reparador de maquinas de revelado e impresión	Fotógrafo independiente (además de vendedor de Direct tv, vendedor de sistemas de alarmas) y Fotógrafo para una revista
J. Antonio					Obrero			Lavaplatos	Cocinero	Venta de taquizas y banquetes de forma independiente

Cuadro 3.6. Trayectoria laboral en origen y destino de los entrevistados de origen urbano y nivel alto y universitario								
E	N	O	MEXICO			EEUU		
			PRIMER EMPLEO	TRAYECTORIA OCUPACIONAL	ULTIMO EMPLEO	PRIMER EMPLEO	TRAYECTORIA OCUPACIONAL	ULTIMO EMPLEO
Yolanda	A (3)	URBANO	Estilista			Ensambladora		Venta de materiales para oficina (negocio familiar)
Roxana			Estilista			Estilista	Estilista	Estilista
Alma			N/A	N/A	N/A	Imprenta	Atendiendo negocio de préstamos y envío de dinero	Estilista
Gloria			Enfermera		jefa de enfermeras de quirófano	Costurera en una compañía de prendas	Costurera compañía de novias y asistente de enfermera	Negocio propio: Costura
Filiberto			Analista de programa ganadero			Instalación sistemas irrigación	Cultivo árboles a escala mayor, reparación maquinaria agrícola,, rectificación de motores, taller de reparación NAPA, negocio propio importación y exportación de maquinaria y herramienta nueva y usada	Compañía de fabricación de postes
José			Barrendero y limpiador de fierros en un taller mecánico	Mecánico	Taller mecánico propio	Lavaplatos (por dos semanas) Mecánico	Mecánico	Mecánico
Elizabeth			Ayudante de cocina	Secretaria, limpieza de casas	Venta de ropa en Boutique	Cajera Mcdonalds	Manager Mc Donalds, vendedora independiente perfumes, cerámica, ropa, joyas.	Loan officer
Arcelia						Dama de compañía	Departamento contabilidad de una empresa, en una empresa de seguridad, en el departamento de sistemas y tecnología	Empresa de seguridad

E	N	O	Continuación Cuadro 3.6. Trayectoria laboral en origen y destino de los entrevistados de origen urbano y nivel alto y universitario					
			MEXICO			EEUU		
			PRIMER EMPLEO	TRAYECTORIA OCUPACIONAL	ULTIMO EMPLEO	PRIMER EMPLEO	TRAYECTORIA OCUPACIONAL	ULTIMO EMPLEO
Carlos	U (4)	URBANO	Limpieza	Obrero, vendedor ambulante de paletas, trabajó en un rancho, contador de un supermercado	Cajero	Jardinero		Jardinero
Bertha			Limpieza	Enfermera	Partera	Limpieza		Tienda de envíos de dinero
René			Dpto. Publicidad	Dirección de ingresos mercantiles en Gob. Edo, maestro de computación	Analista de sistemas en Gob. Edo.	Lavandería	Jardinería,	Distribuidora de frutas y legumbres
Irene			Clases de actuación y teatro		Asesora de comunidades indígenas en turismo ecológico			
José Leonardo			Obrero/electricista en empresa acerera	Gerente empresa acerera	Compañía de electricidad	Diseño tableros eléctricos para grúas		Diseño tableros para equipos de pozos profundos
Oscar			Maestro de secundaria			Obrero	Jardinero, obrero, trabajador por cuenta propia: venta ropa y joyería casa por casa	Apertura de su primer joyería

Fuente cuadro 3.4, 3.5 y 3.6: Elaboración propia con base en la información obtenida en las entrevistas en profundidad.

Otros dos casos emblemáticos que hacen referencia a la experiencia laboral como un factor determinante en la creación de negocios son los de José y Arcelia, ambos de origen urbano y con estudios universitarios incompletos en administración de empresas el primero y Arquitectura la segunda. José tiene 51 años de edad y nació y vivió en la ciudad de Aguascalientes hasta los 30 años. A los 10 años de edad entró a trabajar en el taller mecánico de un familiar como barrendero y limpiador de fierros y a los 15 años de edad se cambió a otro taller donde le ofrecían mejor sueldo. A los 20 años de edad decidió establecer su propio taller mecánico. Compró herramienta, rentó un local y se registró en Hacienda. Estudio dos años en la Universidad, pero decidió que el taller era su prioridad. Tuvo su taller por 10 años. En 1987 decidió emigrar a Estados Unidos. Sin familiares ni amigos, llega primero a Denver, Colorado pero debido al clima decide moverse a Phoenix. Su primer trabajo fue de lavaplatos en un restaurant por tres semanas, a su decir tiempo suficiente para encontrar trabajo en un taller mecánico donde permaneció tres años. Por un amigo se enteró de un taller que estaba en renta, mismo que tres años después pudo comprar.³² En 20 años el taller se transformó: de ser un cuarto pequeño con espacio suficiente para guardar herramienta, actualmente cuenta con oficina, cuarto de herramientas, cuatro *vagones* para los carros y un amplio estacionamiento. El aprendizaje para instalar su propio negocio no lo adquirió en la escuela sino en su larga trayectoria laboral iniciada en México y continuada en Estados Unidos.

Figura 3.3. Vista del taller mecánico 8 & B AUTO BODY



Fotografía: Bribilia Cota Cabrera. Trabajo de campo en Phoenix, Arizona, 2009.

³² Con sus ahorros de 15 años de trabajo en México, dio el enganche de lo que actualmente es su taller. Hace 20 años, el lugar donde se ubica el taller era una zona poco poblada y el precio del terreno era menor.

Arcelia nació y vivió en Guadalajara (Jalisco) hasta los 23 años, edad a la que llegó de vacaciones a Los Ángeles, sin imaginarse que ahí se quedaría definitivamente. Dejó incompletos sus estudios universitarios de Arquitectura y su trayectoria laboral en origen se limita a dos años como cajera en un banco. A su llegada a Estados Unidos en 1987, se empleó como dama de compañía de una anciana trasladándose a Alaska, donde tuvo oportunidad de estudiar inglés.

En 1988 contrajo matrimonio en Alaska. Aproximadamente durante 10 años, por el negocio de su esposo, se mudó a distintas ciudades dentro de Estados Unidos, dedicando la mayor parte de su tiempo al cuidado de sus hijos y desempeñando algunos trabajos de manera independiente (apoyó a su esposo en un negocio que no funcionó; llevaba ropa a Guadalajara y la distribuía entre sus familiares que eran comerciantes; por un tiempo vivió en Guadalajara y dio clases de inglés en la Universidad). En esos 10 años, inició en Hawaii la carrera de contabilidad, que estudio por dos años y dejó incompleta, pero le abriría oportunidades de empleo años después.

En 1998 se mudó a Phoenix y trabajó por tres años en el departamento de contabilidad de una empresa, en la que además recibió entrenamiento para desempeñar funciones en el departamento de sistemas (cursos de computación, programación, telefonía y transmisión de datos a larga distancia). Por año y medio trabajó en otra empresa, también en el departamento de contabilidad. En el 2003, entró a trabajar en una empresa de seguridad donde aprendió todo lo relacionado con el cableado e instalación de cámaras de seguridad y controles de acceso, actividades que desempeñó en Tijuana, Baja California en el año 2005 bajo el nombre de *ADSEL Advanced Security Links*. En 2007, dejó su empleo para dedicarse por completo al negocio por cuenta propia, abriendo en Phoenix su segunda empresa dedicada también a la venta e instalación de sistemas de seguridad, *Accurate Communication*. Para iniciar sus negocios dispuso de sus ahorros y apoyos familiares. En 2008 instaló su tercera empresa de seguridad en Guadalajara, contando sólo con dos empleados (un instalador y un ingeniero). En Tijuana emplea tres personas (dos instaladores y un ingeniero) y en Phoenix cuatro (3 instaladores y un ingeniero). Actualmente está encargada de instalar todo el sistema de seguridad en el edificio que será la base de operaciones del Censo 2010 en Phoenix. Si bien, su experiencia laboral le proporcionó los conocimientos sobre el negocio, un buen manejo del idioma inglés (aprendido en un año de escuela y mejorado en más de 20 años viviendo en Estados

Unidos) fue el que le abrió las puertas a un mercado laboral más calificado. Actualmente la mayor parte de sus clientes son americanos.

Para Francisco, Mary, Gustavo y José Antonio, sus empleos anteriores también incidieron en la puesta en marcha de sus negocios actuales. Francisco tiene 40 años de edad y 32 años viviendo en Estados Unidos. A los 15 años de edad, empezó a trabajar como empacador en un supermercado propiedad de un americano. Francisco pasó de empacador a acomodador de frutas y verduras, después fue *manager* del departamento y luego el encargado de comprar la mercancía (frutas y verduras). Por su trayectoria en esas actividades, Francisco aprendió sobre su actual negocio. Después de 13 años de estar trabajando en el supermercado, inició su propio negocio como comprador y distribuidor independiente de frutas y verduras, alternando durante siete años los dos trabajos. En el 2004, “*cansado de desempeñar el mismo trabajo durante tanto tiempo*”, dejó su empleo, cerró su negocio y aconsejado por unos amigos abrió una joyería, que permaneció solamente dos años pues las ventas eran mínimas.³³ En el 2006, aconsejado por otro amigo, inició un negocio de cambio de cheques que durante dos años le generó grandes ganancias, sin embargo a inicios de 2009 el ambiente antiinmigrante provocó la decadencia de este negocio Francisco decidió entonces volver a empezar con lo que mejor sabía hacer, la venta de frutas y verduras aprovechando su amplia experiencia en el desempeño de esa actividad.

Mary tiene 41 años de edad y 30 años viviendo en Estados Unidos. Su primer trabajo lo desempeñó a los 15 años como recepcionista en una compañía de seguros. A decir de ella “*la contrataron por sus habilidades en los dos idiomas*”³⁴. En un lapso de 10 años, pasó de recepcionista a vendedora de pólizas de seguros para autos y casas. Cuando tenía 25 años de edad, se movió a otra compañía en la que recibía remuneraciones mayores, realizando las mismas funciones por cinco años más. Por problemas familiares, interrumpió sus actividades laborales por dos años y a los 32 años de edad se empleó en otra compañía de seguros, obteniendo su licencia y vendiendo seguros bajo el nombre de esa compañía, a la que entregaba un porcentaje de sus ganancias. Cinco años más tarde (2005), decidió cambiar el giro de su trabajo y contratarse como *Loan Officer* para otra

³³Algunos de sus amigos también tenían joyerías y fueron ellos quienes le aconsejaron que podría ser un buen negocio, sin embargo para Francisco, la joyería resultó ser un negocio muy lento donde generalmente salían a la venta piezas pequeñas y de menor valor.

³⁴ Un día llegó a pagar el seguro de su papá y le preguntaron si hablaba los dos idiomas y quería trabajar.

compañía, ofreciendo servicios de compra-venta de viviendas, refinanciamiento de hipotecas y modificaciones en los pagos de las viviendas. Durante dos años, trabajó como *Loan Officer* para diferentes compañías. En 2007, decidió crear su propia compañía y trabajar directamente con los bancos. Para Mary, su experiencia laboral en la venta de seguros y en el refinanciamiento inmobiliario, ser bilingüe y obtener su propia licencia favorecieron tal decisión.

También el caso de Gustavo indica que la experiencia laboral acumulada puede orientar el giro de los negocios establecidos. Con 21 años viviendo en Estados Unidos, llegó a la ciudad de Los Ángeles a los 13 años de edad. En esa ciudad estudió la secundaria y de los 16 a los 22 años de edad desempeñó algunos trabajos como cargador y empacador de verduras. Por motivos personales en 1997 se fue a vivir a Phoenix y de los 22 a los 25 años de edad trabajó como soldador en una compañía que fabricaba ductos para aires acondicionados. Él considera que en ese empleo aprendió las bases de lo que ahora es su oficio (la herrería), y tenía además un amigo herrero que le enseñaba el oficio los fines de semana. Poco a poco, fue comprando herramientas y acondicionando un taller en la parte trasera de su vivienda. A decir del entrevistado, *“al principio, la herrería simplemente era algo que le ayudaba a salir de la rutina y a mejorar algunos trabajos en casa”*. Sus trabajos se fueron dando a conocer por medio de amigos y vecinos atrayendo a sus primeros clientes. En el 2000, Gustavo dejó su empleo en la compañía y empezó a trabajar por cuenta propia.

José Antonio, con 41 años de edad y 17 viviendo en Estados Unidos, de origen urbano y nivel de escolaridad medio, es otro de los entrevistados cuya experiencia laboral fue determinante en el desarrollo de su actual negocio. Trabajó alrededor de 10 años como obrero en la ciudad de México. Desde su llegada a Phoenix a los 24 años de edad ha trabajado como cocinero en dos restaurantes americanos, tres años en uno y 14 años en otro donde continúa laborando actualmente.³⁵ Desde que empezó a trabajar como cocinero, contemplaba la posibilidad de establecer su propio restaurante, sueño que realizó en 2006. En 1999, empezó a alternar su empleo de cocinero con la venta formal de hot dogs y tacos. Se compró una carreta, buscó un sitio donde ponerla, se registró y empezaron a vender con el apoyo de su familia. A sugerencia de un cliente y apoyado por su esposa, en el año 2000

³⁵ A decir del entrevistado, los 17 años de experiencia como cocinero en restaurantes americanos le permitieron adquirir sus habilidades culinarias y la oportunidad de aprender inglés.

inició la venta de taquizas y banquetes, a la vez que continuaba empleado en el restaurante. Para el 2006, la venta de taquizas pero sobre todo de banquetes había crecido tanto que J. Antonio y su familia empezaron a buscar un local para establecerse. Se enteraron de la venta de un restaurante de comida mexicana y con sus ahorros lograron comprarlo,³⁶ cambiando el nombre (*Chano y Chon*) y el menú. En el manejo del restaurante ha contado con el apoyo de su esposa e hijos. Además de la venta de taquizas y a pesar de que le va bien en su restaurante y en la venta de banquetes, José Antonio sigue trabajando como empleado en el restaurante y no deja su empleo de 14 años debido a las excelentes prestaciones que recibe.

Es importante mencionar que el valor de la trayectoria laboral de los entrevistados no es en función del tiempo de permanencia en Estados Unidos, la trayectoria tiene una relación directa con la experiencia acumulada en actividades relacionadas con el actual negocio, pero dicha experiencia no necesariamente se mide en años sino también en circunstancias que han requerido de mayores esfuerzos por parte de los entrevistados como lo es buscar en Estados Unidos la manera de mantenerse en la misma ocupación desempeñada en México. Es así como la trayectoria laboral de Roxana con tan sólo 12 años de experiencia como estilista hasta antes de la apertura de su negocio (3 años en México y 9 en EU), es de mayor valor que la de Flavio, quien con 28 años en Estados Unidos, antes de establecer su actual negocio, trabajó por diez años para un empleador en actividades de tipo agrícola y por 18 años como comerciante independiente.

³⁶ Lo que compran es el nombre del restaurant y lo que hay adentro, el local sigue siendo rentado.

Cuadro 3.7. Edad y trayectoria laboral del entrevistado, tiempo de permanencia en Estados Unidos y experiencia acumulada en el negocio hasta antes de su apertura.³⁷

Entrevistado	Edad	T. Laboral	Años EU	Exp. Negocio	Apertura
José	51	4	21	23	1990
J. Leonardo	44	4	14	17	2003
Roxana	43	4	18	12	2000
Gloria	49	3	23	12	2007
Mary	41	3	30	24	2007
J. Antonio	41	3	17	14	2006
Francisco	40	3	32	25	2009
Carlos	40	3	17	14	2006
Flavio	44	2	28	18	2008
Betty	49	2	15	8	2002
Oscar	48	2	28	5	1997
Yolanda	46	2	9	8	2008
Mario	46	2	20	8	1998
Filiberto	46	2	24	8	2006
Arcelia	46	2	23	6	2005
Ramiro	42	2	26	3	2001
Antonio	42	2	13	8	2006
Bertha	41	2	8	4	2007
Silvia	38	2	19	9	2006
Víctor	36	2	19	7	2004
Gustavo	34	2	21	3	2000
Andrés	29	2	6	4	2008
Alma	29	2	14	5	2006
Erika	28	2	9	7	2007
Héctor	22	2	15	4	2008
Javier	59	1	24	SE	2005
René	54	1	25	SE	1994
Teresa	42	1	20	SE	2005
Jesús	37	1	17	SE	2008
Elizabeth	36	1	15	2	2006
Irene	27	1	1	SE	2009

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida en las entrevistas en profundidad

³⁷ El tiempo de permanencia en Estados Unidos es a partir de la llegada a dicho país hasta el día en que se realizó la entrevista, finales de 2008, primeros meses de 2009. En relación con la experiencia en el negocio, se refiere a la experiencia acumulada en trabajos anteriores (puede ser tanto en México como en Estados Unidos) que dio pie para la creación de un negocio o el inicio de una actividad por cuenta propia.

3.3. Manejo del idioma

Para un inmigrante, el manejo del idioma del país de destino resulta una herramienta indispensable para un mejor desenvolvimiento social y laboral, y cuando se llega a contar con la oportunidad de crear un negocio cuyo fin es proveer un producto o servicio dirigido principalmente al mercado angloparlante, el inglés es una herramienta imprescindible. En el Cuadro 3.7 se presenta información sobre el estudio y manejo del idioma inglés, de acuerdo con lo declarado por los entrevistados. Se clasificó en nivel básico (color amarillo), medio (color verde) y avanzado (color café). En el nivel básico se consideró un periodo de seis meses en la escuela, el nivel medio un año ininterrumpido y el nivel avanzado un año y medio a dos años.³⁸ La columna cuyo título es *aprendió + en la calle o en el trabajo* se refiere a aquellas personas que no estudiaron el idioma pero tienen conocimientos en el mismo gracias a su experiencia vivencial traducida en número de años en Estados Unidos. También se consideraron a aquellas personas que si bien estudiaron inglés por un periodo determinado estiman que sus mayores conocimientos en el idioma no los adquirieron en la escuela. Por último se le preguntó al entrevistado, con base en su nivel de estudios y sus conocimientos generales de inglés, cómo consideraban su manejo del idioma, haciendo tres clasificaciones: a) aquellos que lo hablan y lo entienden poco (hablan y entienden sólo frases cortas y partes de una conversación), b) aquellos que lo hablan y entienden bien (pueden entablar una conversación más fluida aunque con algunos errores gramaticales y de pronunciación), y 3) aquellos que dicen hablarlo muy bien y pueden mantener una conversación muy fluida y casi perfecta.

³⁸ Según información obtenida en el colegio comunitario de Phoenix donde se ofrecen clases de inglés gratuitas, las clases se manejan por niveles. Para una persona sin conocimientos en el idioma, en seis meses puede alcanzar el nivel básico de estudios (conocimiento general del abecedario, numeración, verbos, formas de saludo, presentación, elaboración de preguntas y respuestas cortas, etc.). En un año se puede alcanzar el nivel medio que permite mantener una conversación fluida pero con errores gramaticales y de pronunciación. De año y medio a dos años de estudio ininterrumpidos, el alumno puede considerarse dentro del nivel avanzado y su inglés puede ser casi perfecto.

Cuadro 3.8. Nivel de estudios y manejo del idioma inglés de los entrevistados

E	EDAD	N.DE.E	ORIGEN	AÑOS EN EEUU	ACERCA DEL IDIOMA INGLÉS						
					NIVEL DE ESTUDIO			APRENDIÓ + EN LA CALLE O TRABAJO	MANEJO DEL IDIOMA		
					N. BÁSICO	N. MEDIO	AVANZADO		Habla y entiende poco	Habla y entiende bien	Habla y entiende muy bien
Mary	41	B	RURAL	30							
Gustavo	34			21							
Ramiro	42			26							
Erika	28	M		9							
Víctor	36			19							
Andrés	29			6							
Antonio	42			13							
Silvia	38	A		19							
Teresa	42	U		20							
Betty	49	B		URBANO	15						
Francisco	40		32								
Héctor	22		15								
Javier	59		24								
Flavio	44		28								
Jesús	37	M	17								
Mario	46		20								
J. Antonio	41		17								
Yolanda	46	A	9								
Roxana	43		18								
Alma	29		14								
Gloria	49		23								
Filiberto	46		24								
José	51		21								
Elizabeth	36		15								
Arcelia	46		23								
Carlos	40	U	17								
Bertha	41		8								
René	54		25								
Irene	27		1								
J. Leonardo	44		14								
Oscar	48		28								

Fuente: Elaboración propia con base a la información obtenida en las entrevistas en profundidad.

Si se analiza el cuadro por lugar de origen, es visible como los entrevistados de origen rural se concentran más en la casilla que hace referencia a un manejo del idioma básico donde sólo se habla y entiende poco, a diferencia de los de origen urbano mayoritariamente concentrados en niveles más altos. Si se analiza por escolaridad no hay una clara relación entre un manejo avanzado del idioma y un alto nivel de estudios (primaria, secundaria, preparatoria y universidad). Hablar y entender muy bien el inglés está relacionado con el nivel de estudios en el idioma, el nivel de socialización dentro de la cultura anglosajona y los años de permanencia en Estados Unidos. José Antonio, por ejemplo, dueño del restaurante *Chano y Chon*, en sus 17 años viviendo en Phoenix nunca ha estudiado inglés, sin embargo convivir esos 17 años durante 12 horas diarias con angloparlantes le ha traído como resultado un excelente manejo del idioma. Mary, Gustavo, Francisco, Héctor y Alma, fueron socializados desde muy pequeños dentro de la cultura angloparlante y cursaron la mayor parte de sus estudios en ese mismo medio, lo que les ha permitido un manejo perfecto del idioma. Antonio, propietario de *Dj's Casa de música*, llegó a Phoenix en 1996 y de 1998 a 2000 estudió inglés en Gate Way Community College; el aprendizaje en la escuela y los conocimientos adquiridos en su empleo, posibilitaron un excelente dominio del inglés.³⁹

Para analizar el manejo del idioma como una herramienta indispensable en los negocios, se vinculó éste con el sector de clientes que atienden cada uno de los inmigrantes entrevistados, asignándole valores de la siguiente manera: “1” para aquellos mexicanos cuya clientela es mayoritariamente angloparlante y su manejo del idioma es muy básico, “2” para quienes su clientela es principalmente hispana y no necesitan del uso del idioma aunque cuentan mínimo con los conocimientos básicos, “3” para quienes su clientela es tanto hispana como angloparlante y usan de manera cotidiana el idioma en su negocio y, por último, “4” para aquellos mexicanos que independientemente del mercado que atienden son personas cien por ciento bilingües. Para mayor comprensión de la información se hizo una clasificación por tipo de negocio diferenciando al autoempleado (aquel que trabaja por cuenta propia, generalmente solo y sin contratar empleados, Cuadro 3.8), del negocio familiar (atendido por los integrantes de la familia que no reciben un sueldo, Cuadro 3.9) y el negocio con empleados asalariados (se caracteriza por contratar empleados, Cuadro 3.10).

³⁹ El caso de Antonio se presenta de manera más detallada en el apartado sobre redes sociales.

Cuadro 3.9 Relación entre el manejo del idioma inglés de los *autoempleados* y el sector de clientes que atienden.

Nombre	Sector clientes	Manejo inglés
Betty	Hispano	2
Mario	Hispano	2
Elizabeth	Hispano	2
Bertha	Hispano	2
Gustavo	Angloparlante e Hispano	4
Andrés	Hispano	2
Gloria	Angloparlante e Hispano	3
Carlos	Angloparlante	3
Erika	Angloparlante	1

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida de las entrevistas en profundidad

Para personas como Betty, Mario, Elizabeth, Bertha y Andrés que atienden al mercado hispano, el manejo del idioma inglés no resulta imprescindible. Erika, dedicada a la limpieza de casas, con sus deficiencias en el manejo del idioma inglés, comentó: *No sé mucho hablar inglés, pero ya estoy familiarizada con lo que tengo que decir en este trabajo. Lo que no sé, lo adivino y nos entendemos. Yo estudié inglés como por seis meses, pero nunca terminé el curso, creo que lo entiendo en un 50 % y lo hablo más poco. Yo trato de apoyarme en mi hijo de 8 años, el me ayuda a corregir mi inglés, yo siempre le pregunto cómo es más correcto decir algo.*

Cuadro 3.10 Relación entre el manejo del idioma inglés de los que declararon tener un *negocio familiar* y el sector de clientes que atienden.

Nombre	Sector clientes	Manejo inglés
Antonio	Hispano y angloparlante	3
Silvia	Hispano	2
Teresa	Hispano	2
Héctor	Hispano	4
Javier	Hispano	2
Flavio	Hispano	2
Jesús	Hispano	2
René	Hispano	2
J. Antonio	Angloparlante e hispano	3
Irene	Angloparlante	1

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida de las entrevistas en profundidad

Entre quienes declararon tener un negocio familiar, la gran mayoría atiende al mercado hispano, por lo que su manejo del idioma inglés no es considerado relevante para las actividades de negocios que realizan.

El caso de Irene llama la atención pues además de ser la única que atiende mayoritariamente al mercado angloparlante es una de las que tiene menos dominio del idioma. Con 27 años de edad, es propietaria (junto con su pareja) del restaurant *La Zita Coffee & Fusion Cuisine*. Originaria de Ciudad Obregón (Sonora), llegó a Phoenix a mediados de 2008 con la firme intención de estudiar inglés. En México estudió la licenciatura en turismo y una maestría en turismo ecológico y consideraba el inglés como una herramienta indispensable para desempeñarse dentro del mercado laboral. Al no poder incorporarse a una escuela de inglés, con su novio decide abrir un pequeño restaurante de comida rápida (baguettes y ensaladas) a inicios de 2009.⁴⁰ La ubicación del negocio en una zona residencial y comercial mayoritariamente habitada por anglos los convirtió en sus mejores clientes. Su novio maneja muy bien el idioma (lo estudió en México) y el es quien más le ayuda a Irene cuando es necesario.

Cuadro 3.11 Relación entre el manejo del idioma inglés de los que declararon tener un negocio con empleados y el sector de clientes que atienden.

Nombre	Sector clientes	Manejo inglés
Mary	Hispano	4
Ramiro	Hispano	2
Víctor	Hispano	2
Francisco	Hispano	4
Yolanda	Hispano	2
Roxana	Hispano	2
Alma	Hispano	4
José	Hispano	2
Oscar	Hispano	3
Filiberto	Angloparlante	4
Arcelia	Angloparlante	4
J. Leonardo	Angloparlante	4

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida de las entrevistas en profundidad

De quienes dijeron tener un negocio con empleados, sólo tres se dirigen a atender el mercado anglo, mismos que tienen un nivel de inglés muy avanzado. Para Filiberto, Arcelia y J. Leonardo, el inglés fue la llave que les abrió las puertas a un mercado más amplio y donde se perciben mayores remuneraciones.

⁴⁰ Si bien la pareja de Irene no es un chef, por medio de Internet ha tomado varios cursos de comida internacional.

Hasta aquí se ha analizado el origen rural y/o urbano de los entrevistados, su nivel educativo en el país de origen y destino, su experiencia laboral en el país de origen y destino y su manejo del idioma inglés. Haciendo uso de los indicadores presentados anteriormente, a continuación se resumen los recursos de capital humano con que cuentan cada uno de los mexicanos en Phoenix.

Cuadro 3.12. Factores de capital humano que influyeron en la creación de negocios de los entrevistados

Entrevistado	Origen	Escolaridad	Inglés	T. laboral	Sumatoria
J. Leonardo	2	4	4	4	14
Carlos	2	4	3	3	12
Francisco	2	3	4	3	12
Alma	2	3	4	2	11
Roxana	2	3	2	4	11
Filiberto	2	3	4	2	11
Arcelia	2	3	4	2	11
Oscar	2	4	3	2	11
Gloria	2	3	3	3	11
José	2	3	2	4	11
Héctor	2	2	4	2	10
Mary	1	2	4	3	10
J. Antonio	2	2	3	3	10
Bertha	2	4	2	2	10
Yolanda	2	3	2	2	9
René	2	4	2	1	9
Gustavo	1	1	4	2	8
Silvia	1	3	2	2	8
Antonio	1	2	3	2	8
Teresa	1	4	2	1	8
Irene	2	4	1	1	8
Elizabeth	2	3	2	1	8
Mario	2	2	2	2	8
Flavio	2	1	2	2	7
Andrés	1	2	2	2	7
Víctor	1	2	2	2	7
Jesús	2	2	2	1	7
Betty	2	1	2	2	7
Erika	1	2	1	2	6
Ramiro	1	1	2	2	6
Javier	2	1	2	1	6

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida de las entrevistas en profundidad

Si bien se presenta en el cuadro anterior la suma de los conocimientos, habilidades y capacidades adquiridas en los entornos educativo y laboral en los lugares de origen y destino de los inmigrantes mexicanos entrevistados, los totales como tal, no explican por sí solos la movilización o utilización de dicho capital en la creación de sus negocios.

Entre todos los entrevistados, José Leonardo es un caso excepcional, pues además de contar con una carrera universitaria como ingeniero electricista, desde que incursionó en el mercado laboral lo hizo en su área de conocimiento, su desempeño y experiencia adquirida le permitieron llegar a Estados Unidos en condiciones envidiables, con una visa de trabajo que le abrió las puertas para un mayor crecimiento profesional. Su escolaridad, el aprendizaje del idioma inglés y la experiencia acumulada en nueve años de trabajo en México y ocho en Estados Unidos, le permitieron a J. Leonardo abrir su propio negocio como electricista-contratista en el 2003.

Del resto de los entrevistados, es muy difícil hablar de manera individual tomando en cuenta la sumatoria obtenida. El que Carlos esté un punto más arriba que José indica que el primero tiene un capital humano acumulado mayor, pero no necesariamente es un capital humano utilizado en la creación del negocio o en el desempeño de alguna actividad. Carlos a diferencia de José cuenta con una carrera profesional terminada, carrera que no ejerció por dedicarse de manera informal a la jardinería; José por su parte, abandonó sus estudios universitarios para dedicarse de lleno a la mecánica y ya pronto cumplirá 20 años con su taller en Estados Unidos.

Roxana y Alma tienen el mismo valor en capital humano (11 puntos) sin embargo, dicho capital fue acumulado de manera distinta. Las diferencias entre estas dos estilistas de origen urbano es que Alma supera a Roxana en el manejo del idioma (como resultado de una socialización temprana de Alma en Estados Unidos) mientras que Roxana supera a Alma en trayectoria laboral. Roxana con 14 años de edad mayor que Alma, tiene una experiencia acumulada de tres años como estilista en México y nueve años como estilista en Estados Unidos.

Filiberto y Arcelia, también con 11 puntos, acumularon y movilizaron su capital humano de una manera muy similar. Ambos son de origen urbano y con un mismo nivel de escolaridad; ambos son bilingües gracias a que además de haber estudiado el idioma inglés llevan más de veinte años viviendo en Estados Unidos, así mismo la experiencia acumulada en sus últimos empleos fue decisiva en la puesta en marcha de sus negocios.

El capital humano de Andrés y Erika es muy similar aun cuando Andrés está un punto más arriba que Erika. Ambos son de origen rural, con la misma escolaridad y la

misma trayectoria laboral. La diferencia estriba en el manejo del idioma, si bien ambos poseen sólo los conocimientos básicos, Erika requiere de un mayor uso del idioma por atender a un mercado angloparlante mientras que Andrés para atender al mercado hispano no necesita de grandes habilidades en el inglés.

De manera más general, en el cuadro 3.12 fue posible identificar tres grupos, en el primero (de 11 a 14 puntos) se trata únicamente de personas de origen urbano, con un nivel de estudios alto (se presentan algunos casos con estudios universitarios terminados), donde la mitad del grupo es bilingüe y el resto dice hablar y entender bien el idioma; en cuanto a trayectoria laboral, una tercera parte se ha mantenido en la misma actividad tanto en México como en Estados Unidos, otra tercera parte ha desempeñado la misma ocupación en todo su tiempo de permanencia en estados Unidos y una última parte relacionan su último empleo con la actividad actual.

Un segundo grupo (de 8 a 10 puntos) se caracteriza por ser de origen mayoritariamente urbano, con un nivel de escolaridad medio-alto y poco uso del idioma inglés debido a que más de la mitad de los entrevistados en este grupo atienden al mercado hispano, en relación a la trayectoria laboral, el último empleo de gran parte de los entrevistados fue el que proporcionó las habilidades y experiencia necesaria para poner en marcha el actual negocio.

Por último, se identificó un tercer grupo (de 6 y 7 puntos) que se caracteriza por ser la mitad de origen rural y la mitad de origen urbano, cincuenta por ciento con escolaridad básica y cincuenta por ciento con escolaridad media, todos (excepto uno) atienden al mercado hispano por lo que el manejo del idioma no es indispensable y en donde el último empleo de más de la mitad de los entrevistados en el grupo tiene una relación directa con el negocio.

CAPÍTULO IV

EL CAPITAL SOCIAL: LAS REDES DE RELACIONES SOCIALES UTILIZADAS EN LA CREACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS

Con el propósito de analizar las redes de relaciones sociales utilizadas en la formación de negocios por parte de los inmigrantes mexicanos entrevistados, en el presente capítulo se exploran además de los apoyos que recibieron a su llegada a Estados Unidos, la búsqueda de empleo y la apertura de negocios, la relación existente entre el que proporciona la ayuda y el que la recibe (familiar, amigo o paisano), así como también el tipo de motivación que conlleva la ayuda (altruista o recíproca) Haciendo uso de los indicadores creados, el valor más alto (8) sería para aquellos desconocidos, no paisanos, no amigos, ni familiares que brindan la ayuda de manera altruista, sin ninguna intención de recibir algo a cambio. Por el contrario, el menor valor (1) es dado a aquellos desconocidos que cobran por el apoyo otorgado debido a que no existe ningún lazo afectivo que pueda retardar o modificar su intención.⁴¹

4.1 Tipos de redes sociales y motivaciones

En el cuadro 4.1, haciendo uso de los valores dados a las variables operacionalizadas, se sistematiza la información sobre el tipo de relación establecida con las personas que brindaron el apoyo, diferenciando entre relaciones familiares, de amistad y/o de paisanaje, y la finalidad o utilización de esa ayuda, ya sea llegar y establecerse en Estados Unidos, para conseguir empleo, abrir o ampliar un negocio o algún otro objetivo concreto. Posteriormente se detalla el carácter de la motivación de quien brinda esa ayuda, distinguiendo entre una motivación altruista en la que el benefactor no pide algo a cambio, frente a una motivación de reciprocidad en que el benefactor espera una retribución en el futuro.

⁴¹ Para una mayor comprensión véase el apartado metodológico.

Cuadro 4.1 Tipos de apoyo recibido para la llegada a EEUU, búsqueda de empleo y apertura del negocio.

Nombre	Llegada a EU	Conseguir empleo	Abrir negocio	Sumatoria
Erika	4	6	6	16
Teresa	5	5	6	16
Javier	5	5	6	16
Betty	5	5	5	15
Roxana	5	5	5	15
Alma	5	6	4	15
Oscar	4	6	5	15
Víctor	5	5	4	14
Antonio	5	5	4	14
Yolanda	5	5	4	14
Arcelia	5	5	4	14
Bertha	5	5	4	14
René	5	5	4	14
Ramiro	4	5	4	13
Elizabeth	6	0	6	12
Andrés	5	6	0	11
Carlos	5	6	0	11
Silvia	5	5	0	10
Francisco	5	5	0	10
Jesús	5	5	0	10
Mario	5	5	0	10
Héctor	5	0	4	9
Irene	5	0	4	9
Filiberto	3	6	0	9
Gloria	5	0	3	8
Mary	5	0	0	5
Gustavo	5	0	0	5
J. Antonio	3	0	0	3
J. Leonardo	1	1	0	2
Flavio	0	0	0	0
José	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida de las entrevistas en profundidad, 2009

Para su llegada a los Estados Unidos, la gran mayoría de los entrevistados (22 casos) dijo haber recibido ayuda de tipo altruista por parte de familiares principalmente. La ayuda de tipo altruista se tradujo, por ejemplo, en alimento y un lugar donde vivir durante un tiempo acordado entre las partes sin que mediase una retribución inmediata o futura. Cinco de los entrevistados dijeron haber recibido ayuda por parte de familiares y amigos de tipo recíproca. La ayuda motivada por la reciprocidad generalmente se materializó en préstamos económicos, especialmente para cubrir los gastos del viaje. En la búsqueda de empleo, la mitad de los de los entrevistados dijeron haber recibido ayuda de un familiar, una tercera parte de un amigo y el resto no recibió ayuda alguna.⁴². Con respecto a la ayuda recibida para abrir el negocio, una tercera parte de los entrevistados tradujo la ayuda en forma de préstamos familiares, cinco de los entrevistados dijeron haber recibido apoyo emocional y transmisión de información relacionada con el negocio, proporcionada por familiares y amigos mientras que en trece de los casos, para levantar el negocio no hicieron uso de ningún tipo de ayuda.

Ramiro, dueño de la mueblería San Marcos, de 42 años y originario de Calvillo (Aguascalientes), estudió sólo la primaria para después dedicarse a los trabajos agrícolas junto con su familia. Su primer empleo formal fue a los 16 años, edad a la que llegó a Phoenix apoyado por un hermano que lo recibió y le prestó dinero para el viaje. Un tío le ayudó a conseguir trabajo de lavaplatos en un restaurante. De 1983 a 1998, se desempeñó como cocinero en varios restaurantes y por 10 años fue cocinero de un restaurante japonés. Cansado de trabajar para alguien más, en 1998 decidió independizarse y con sus ahorros puso una tienda de venta de discos. En 2001, el negocio dejó de ser rentable por lo que decidió venderlo e iniciar una mueblería en un local dedicado a ello que había cerrado. Un amigo que tenía una mueblería en México lo alentó y apoyó en la búsqueda de proveedores y demás asuntos necesarios para iniciar el negocio; sus familiares lo apoyaron con préstamos que fue pagando poco a poco. Actualmente tiene tres empleados mexicanos (ningún familiar). Al igual que otros inmigrantes mexicanos en Phoenix, a lo largo de su trayectoria migratoria y laboral, Ramiro hizo uso tanto de redes familiares como de amistad, a las que acudió también para establecer su negocio.

⁴² A excepción del caso de J. Leonardo quien recibió ayuda por parte de su empleador norteamericano (no paisano, no amigo y no familiar).

Figura 4.1. Vista exterior de Mueblería San Marcos.



Fotografía: Bribilia Cota Cabrera. Trabajo de campo en Phoenix, Arizona, 2009.

Antonio, de 42 años de edad y 13 años viviendo en Phoenix, también contó con apoyo para la apertura de su actual negocio. En México, de los 16 a los 29 años trabajó como músico y cantante en diferentes grupos. Inició en el coro de la iglesia del pueblo y llegó a formar parte del grupo musical *Los Pasteles Verdes*. Aun cuando no llegó a terminar sus estudios de preparatoria, tuvo la oportunidad de tomar cursos de guitarra, teclado, piano, canto y actuación en el Conservatorio Nacional y la Escuela de Bellas Artes. Aproximadamente en 1995 creó su grupo musical (*Corazones de Humo*). En 1996, acompañado de su grupo, llegó a Phoenix con la ilusión de probar suerte en la música. Se hospedó con unos familiares de su esposa, quienes le proporcionaron un lugar para vivir mientras encontraban empleo. Durante sus primeros tres meses trabajó como lavaplatos en un restaurante, después en una imprenta y luego cuidando una bodega. En 1998, empezó trabajando en la limpieza de una tienda de discos e instrumentos musicales. Según relata, “por su buen desempeño”, en cuatro años llegó a ser el *manager* del lugar y en ocho años se convirtió en el dueño. En el 2006 el dueño original le vendió el negocio, facilitándole pagar la deuda en el plazo de un año. Para cubrir el primer pago de la deuda, recurrió a apoyos familiares. Actualmente el negocio es propiedad de Antonio y dos hermanos suyos.

A diferencia de Ramiro y Antonio, José y Flavio son los únicos entrevistados que se lanzaron a la aventura bajo situaciones muy distintas y sin el apoyo moral ni económico de algún familiar o amigo en Estados Unidos. José, motivado por la crisis en México y con recursos propios, tramitó su visa y se fue a Denver, Colorado pues había escuchado de boca de amigos y conocidos que en esa ciudad había mucho empleo. Llegó a Denver, se quedó en un hotel unos días mientras encontraba trabajo y un cuarto que rentar; al año, y debido al clima tan frío decide moverse a Phoenix. Sin conocer a nadie en Phoenix, llega también a un hotel mientras consigue un empleo y un lugar donde vivir; rápidamente logró emplearse en un taller mecánico y al cabo de tres años empieza a trabajar por cuenta propia.

Flavio con 44 años de edad, originario de la ciudad de México y con 28 años en Estados Unidos, cuenta como a la edad de 13 años se fue de su casa y vagó por diferentes estados de la república hasta sus 16 años. Durante esos tres años, Flavio trabajó de forma eventual sólo para sobrevivir. A los 16 años llega a Mexicali con la esperanza de cruzar a Estados Unidos. Logró cruzar la frontera sin ayuda y trabajó por unos meses en los campos agrícolas de Calexico.⁴³ Enfadado del lugar, decide moverse a Fresno, California, donde también trabajó en la agricultura. Después de varios meses de trabajar eventualmente siguiendo la cosecha de fruta por varios campos, Flavio se establece de nuevo en Fresno, pero ahora de forma definitiva trabajando por cerca de diez años en distintas lecherías como ordeñador de vacas. La amnistía de 1986 le dio a Flavio la oportunidad de pensar en la búsqueda de mejores condiciones de vida, fue así como Flavio además de ordeñar vacas empezó a trabajar por cuenta propia como comerciante vendiendo muebles usados.

Una vez que Flavio obtuvo la residencia (1990) y gracias a su potencial como vendedor, decide dejar su trabajo en las lecherías para dedicarse por completo al comercio. En aproximadamente 18 años Flavio ha vendido de todo, desde muebles, ropa, electrodomésticos, joyería hasta calzado. A decir del entrevistado, él es de las personas que se adapta a los cambios y que ha sabido aprovechar las oportunidades de negocios que se le han ido presentando. En el 2008 Flavio abre su negocio de mudanzas e importación de carros a México, motivado por su trabajo anterior donde se dedicaba a la venta de carros y donde tuvo la oportunidad de conocer el proceso de legalización de los mismos.

⁴³ A decir del entrevistado en esos años (1980) el cruce a Estados Unidos no estaba tan vigilado y debido a la cercanía de Mexicali con Calexico este se volvía todavía más fácil.

4.2. Redes laborales y étnicas

Respecto a las redes sociales y su incidencia en la creación de negocios, se indagó también la relación del entrevistado con sus anteriores y actuales empleadores, haciendo referencia a una relación de origen étnico compartido o no compartido⁴⁴ y respecto a la adquisición de habilidades para desempeñar sus actuales actividades laborales con alguien de origen étnico compartido o diferente origen étnico.

En relación a los trabajos que tuvieron los entrevistados antes de la creación de su actual negocio en Estados Unidos, la gran mayoría dijo haber trabajado la mayor parte de su tiempo para un empleador de origen étnico distinto al propio, es decir, que no eran mexicanos. De quienes declararon contratar empleados en su propio negocio, sólo uno emplea a un trabajador de distinto origen étnico y el resto contratan mexicanos. Por lo que podemos afirmar que el origen étnico compartido es un aspecto relevante en las redes de relaciones que se establecen cuando los inmigrantes propietarios de negocios contratan empleados (véase cuadro 4.2).

⁴⁴ Para efectos de este análisis se entenderá por origen étnico aquellos que sean de la misma nacionalidad.

Cuadro 4.2. Adquisición de habilidades y relación del entrevistado con sus antiguos y actuales empleadores.

Nombre	Relación del entrevistado con sus antiguos empleadores	Relación del entrevistado con sus empleados	Adquisición de habilidades
Mary	NE	E (3 mexicanos)	NE
Gustavo	NE	NA (autoempleado)	NE y E
Ramiro	NE	E (3 mexicanos)	NA
Erika	E	NA (autoempleada)	E
Víctor	E	E (3 mexicanos)	E
Andrés	E y NE	NA (autoempleado)	E
Antonio	NE	NA (negocio fam.)	NE
Silvia	E	NA (negocio fam.)	NA
Teresa	NE	NA (negocio fam.)	NA
Betty	E	NA (autoempleada)	E
Francisco	NE	E (2 mexicanos)	NE
Héctor	E	NA (negocio fam.)	E
Javier	NE	NA (negocio fam.)	NA
Flavio	NE	NA (negocio fam.)	NA
Jesús	NE	NA (negocio fam.)	NA
Mario	NE	NA (autoempleado)	NE
J. Antonio	NE	NA (negocio fam.)	NE
Yolanda	NE	E (8 mexicanos)	NA
Roxana	E	E (1 mexicano)	E
Alma	E	E y NE (2 mex. y 1 amer.)	E
Gloria	NE	NA (autoempleada)	NE
Filiberto	NE	E (4 mexicanos)	NE
José	E	E (3 mexicanos)	E
Elizabeth	NE	NA (autoempleada)	NA
Arcelia	NE	E (4 mexicanos)	NE
Carlos	E y NE	NA (autoempleado)	E
Bertha	E	NA (autoempleada)	E
René	E	NA (negocio fam.)	NA
Irene	NA	NA (negocio fam.)	NA
J. Leonardo	NE	E (2 mexicanos)	NE
Oscar	NE	E (4 mexicanos)	NA

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida de las entrevistas en profundidad.⁴⁵

⁴⁵ E: Étnico, NE: No étnico, NA: No aplica.

Respecto a la adquisición de sus habilidades a lo largo de su trayectoria laboral, una tercera parte dijo haberlas adquirido con un empleador de origen mexicano, otra tercera parte con un empleador de un origen étnico distinto y la otra tercera parte señaló que sus habilidades no emanan de trabajos anteriores sino de oportunidades de negocios en que los conocimientos se fueron adquiriendo poco a poco. Elizabeth Herrera, originaria de Ciudad Obregón (Sonora) y dueña de *Florería Sonora*, relata cómo sin tener conocimientos del negocio, logró adiestrarse en el oficio de las flores:

Yo siempre tuve ganas de tener un negocio y sabía que tenía una capacidad muy grande como para aprender. En lo primero que yo pensé fue en un negocio de comida, un restaurantito, pero me dieron la oportunidad de agarrar una florería y dije aquí empiezo. Lo de la florería fue porque un día me habla un amigo y me dijo: están vendiendo un negocio, solamente piden tanto para que te quedes, ya está todo listo. Éste lugar ya era florería, sólo era cuestión de cambiarle el nombre y sacar nuevos permisos. Cuando recién empecé, contraté a una de las empleadas que trabajaba anteriormente en este mismo negocio con la finalidad de que ella me enseñara a hacer los arreglos y esas cosas porque yo no sabía nada. En un año llegué a tener como cuatro empleados, de los cuales yo aprendí a manejar la florería. Actualmente lo que hago para mejorar mi trabajo es ir a cada curso que hacen los mismos proveedores de flores.

Elizabeth abrió su florería a finales de 2006, después de 12 años de haber llegado a Estados Unidos⁴⁶. Durante 10 años aproximadamente trabajó como *manager* de McDonalds y dos años trabajó de forma independiente en ventas al menudeo de perfumes, joyas, ropa, cerámica y otros artículos. También trabajó unos meses como *loan officer*. Ella no recibió apoyo económico para comprar su florería, los ahorros obtenidos en sus empleos fueron los que le permitieron adquirir el negocio.⁴⁷

Entre quienes adquirieron sus habilidades con un empleador del mismo origen étnico, se encuentra Bertha, enfermera con especialidad en gineco-obstetricia. Desde que ingresó a la Universidad a los 17 años de edad y hasta cumplir 33 años de edad trabajó como enfermera en Ciudad Hidalgo, (Chihuahua), lugar de donde es originaria. En el 2001 llegó a Phoenix para reunirse definitivamente con su esposo, quien tenía cuatro años viviendo en dicha ciudad. Con ayuda de una amiga consiguió su primer trabajo en Phoenix, haciendo labores de limpieza en una fábrica por aproximadamente medio año, trabajo que interrumpió porque se embarazó. En 2003 volvió a trabajar en una tienda de envíos de

⁴⁶ Cuando Elizabeth llegó a Phoenix no contaba con ningún familiar ahí. Según declaró, se vino de aventura con una amiga.

⁴⁷ Lo que compró fue el nombre y lo que había dentro de la florería (muebles, vitrinas, etc.).El local no es de su propiedad, lo renta.

dinero, propiedad de una cuñada, permaneciendo cuatro años, hasta que adquirió la experiencia necesaria para independizarse. En 2007, con el apoyo económico de un hermano inició un negocio similar de paquetería y envíos a México y Centroamérica⁴⁸.

Entre los que adquirieron sus habilidades con un empleador de origen étnico distinto está Mario quien actualmente tiene un estudio fotográfico en la ciudad de Phoenix. Él llegó a Estados Unidos en 1989 y desde 1990 sus trabajos estuvieron relacionados con la fotografía, de ahí que “le nació la pasión por esta profesión”, según expresó. Inició como agente de ventas de paquetes fotográficos en una empresa americana, luego trabajó en un laboratorio fotográfico preparando los químicos para el revelado y arreglando máquinas de revelado e impresión. En el transcurso de estos empleos Mario tuvo la oportunidad de comprar un equipo profesional de fotografía (usado) con el que empezó a trabajar de manera independiente. En 1998, logró establecer su estudio fotográfico con recursos propios. Desde su primer trabajo como agente de ventas de paquetes fotográficos, tuvo la oportunidad de adquirir habilidades en la fotografía. Una vez que tuvo su equipo fotográfico recibió el apoyo de los fotógrafos de la compañía donde trabajaba y aprendió a hacer trabajos más profesionales. En cada uno de sus empleos relacionados con la fotografía, Mario trataba de adquirir más conocimientos pues sabía que se estaba enfrentando a lo que muy probable sería su trabajo futuro.

Las redes sociales proveen a los inmigrantes diferentes tipos de ayuda en distintas circunstancias. Para los entrevistados contar con un familiar o un amigo que los recibiera y brindara asistencia fue un apoyo a su llegada a un país extraño y diferente. Una vez que el inmigrante se establece, la búsqueda de empleo es mucho más sencilla, sin embargo contar con el apoyo solidario de alguien puede traer consigo una incorporación más rápida al mercado de trabajo. Respecto a los apoyos recibidos para la apertura de los negocios, si bien la mayoría dijo haber contado con algún tipo de ayuda moral, de transmisión de información o económica, hubo quienes no tuvieron ningún soporte en el inicio de sus actividades posiblemente por contar con los recursos suficientes y no ser necesario recurrir a terceros o por la existencia de redes sociales limitadas en el caso de algunos entrevistados.

⁴⁸ Bertha comenta que cuando llegó a Phoenix si pensó en un primer momento buscar trabajo como enfermera pero se detuvo debido a sus limitaciones en el idioma inglés.

Entre los principales hallazgos de algunos estudiosos (como Waldinger, Raijman y Tienda) que han relacionado las redes sociales de los inmigrantes con la creación de negocios propios, han destacado las relaciones de tipo étnico y familiar entre los empleadores y los trabajadores. Se ha dicho también que trabajar en un negocio o empresa de un *paisano* permite mayor adquisición de habilidades y a la vez incrementa la probabilidad de llegar al autoempleo. Entre los entrevistados se encontró que: a) la mayoría dijo haber trabajado para empleadores de origen étnico distinto al mexicano, b) dicho empleo permitió a varios de los entrevistados (Mary, Antonio, Francisco, Mario, J. Antonio, Filiberto, J. Leonardo, etc.) adquirir habilidades en referencia a sus actuales negocios, c) en casos como el de Elizabeth, Yolanda, Teresa y Ramiro, las habilidades para desempeñar sus nuevas actividades fueron aprendidas en el desarrollo del negocio sin tener ninguna relación con los empleos anteriores, d) algunos de los empleos anteriores de los entrevistados fueron su puerta de entrada al autoempleo (tal es el caso de Gustavo, Erika, Andrés, Carlos y Bertha), y e) existe una relación muy estrecha de tipo étnica y familiar en cada uno de los negocios. Se trata de 10 negocios donde los trabajadores son integrantes de la familia, nueve autoempleados que en caso de requerir de la mano de obra adicional buscan primero el apoyo de un familiar y 12 negocios con empleados mayoritariamente mexicanos.

A diferencia de las dificultades presentadas en el capítulo anterior para encontrar patrones que explicaran la acumulación y movilización del capital humano, en relación a las redes sociales como facilitadoras del proceso de llegada a Estados Unidos, búsqueda de empleo y creación de negocios se encontró que las redes familiares fueron un apoyo invaluable en la llegada de la mayoría de los entrevistados a este país y en la búsqueda de opciones de trabajo en el mercado laboral. Sin embargo, con relación a la creación de negocios, la información hasta ahora sistematizada permite apreciar que si bien con frecuencia el capital monetario requerido para iniciar un negocio viene de préstamos familiares, una larga trayectoria laboral en la misma actividad o trabajo es lo que hasta ahora le ha permitido a los inmigrantes entrevistados adquirir conocimientos necesarios y habilidades suficientes para iniciar posteriormente negocios por cuenta propia en el mismo ramo.

CAPÍTULO V

LAS ESTRUCTURAS DE OPORTUNIDAD. CONDICIONES FAVORABLES PARA LA CREACIÓN DE PEQUEÑOS NEGOCIOS

Con el propósito de obtener información sobre las estructuras de oportunidad que facilitaron la creación de negocios por parte de mexicanos en Phoenix, Arizona, se indagó entre los entrevistados tres cuestiones. En primer término, se identificaron los productos y servicios ofrecidos y el origen étnico del mercado de clientes o consumidores a los que se dirigen, otorgándole el valor más alto (igual a 3) a aquellos que atienden el mercado angloparlante. Un segundo aspecto fue la disponibilidad y aprovechamiento de los negocios vacantes, se le dio un valor de dos a quienes hicieron uso de algún establecimiento o negocio anteriormente ocupado o manejado por algún nativo u otra persona de distinto origen étnico. El tercero, el conocimiento y uso de los apoyos gubernamentales y de dependencias no gubernamentales en la creación de dichos negocios. Siendo el valor más alto (3) para quienes aprovecharon los apoyos de ambas dependencias.

Paralelamente, se realizaron cinco entrevistas realizadas con personas que laboran en instituciones al servicio de la comunidad empresarial hispana en la Cámara de Comercio Hispana de Phoenix (CCHP), el Centro Empresarial de Negocios para las Minorías (MBEC, por sus siglas en inglés), la oficina de atención a personas con inquietudes empresariales de la ciudad de Phoenix, la Asociación Latina de Arizona (ALAZ) y la Asociación Mujeres Latinas de Éxito (MLDE), con la finalidad de explorar los apoyos gubernamentales e institucionales existentes en Phoenix para la formación de pequeños negocios, y el conocimiento y uso que de ellos tienen y hacen los inmigrantes mexicanos entrevistados.

5.1. Mercados étnicos de productos y servicios

Para Waldinger, Aldrich y Ward (1990) las comunidades de inmigrantes en los países de destino tienen necesidades de consumo que generalmente son atendidas por miembros de su misma comunidad, quienes comparten y conocen dichas necesidades. Haciendo referencia a los inmigrantes mexicanos en Phoenix, de acuerdo con información sistematizada en los cuadros 5.1 y 5.2, de los 31 entrevistados, 21 dijeron ofrecer sus

productos o servicios al mercado hispano; seis se dirigen a un mercado más amplio de consumidores (el mercado angloparlante) y sólo cuatro dijeron a tender a ambos mercados.⁴⁹

Cuadro 5.1. Tipo de negocios que atienden el mercado hispano (valor = 1)

Nombre	Tipo de producto o servicio	Giro del negocio
Víctor	Productos culinarios	Restaurante Cocina Económica
Silvia		La Brisa Jugos y Licuados (Lonchería)
Yolanda		Restaurante Choix
Francisco		Frutería El Jacalito
Teresa	Bienes culturales	Última Moda: Vestidos y accesorios para XV años
Oscar		Joyería Díaz
Ramiro		Mueblería San Marcos
Javier		Tienda de deportes USA
René		Tienda de deportes América
Betty		Sobadora y distribuidora independiente de productos naturales
Bertha	Servicios de tipo étnico	Miscelánea y envíos La Esmeralda (Paquetería y envíos)
Flavio		Fronteras Unidas (asesoría aduanal y mudanzas)
Mary		Mary López <i>Loan Officer</i> , asesora inmobiliaria
Héctor		Renta de viviendas: Toro y León Corporation
Roxana		Estética Roxana
Alma	Otros servicios	Estética Janeth
José		8 & B Auto Body (taller mecánico)
Elizabeth		Florería Sonora
Jesús		Dj Dandy Sound (todo para sus fiestas)
Mario		Fotos y más (estudio fotográfico)
Andrés		Pintor

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida de las entrevistas

De aquellos que se concentran en atender el mercado hispano, hay quienes lo hacen a través de la venta de productos culinarios y bienes culturales. Este tipo de negocios suelen ser los que encuentran más rápidamente un nicho de mercado dentro de la comunidad inmigrante por tener una conexión directa entre el lugar de origen y el de destino (Waldinger, Aldrich y Ward, 1990). Hay quienes ofrecen algunos servicios de tipo

⁴⁹ El mercado hispano se refiere a inmigrantes de origen latino y habla hispana, que entre nuestros entrevistados resultaron ser mayoritariamente mexicanos.

étnico cuyo fin principal es atender prioritariamente ciertas necesidades de la comunidad hispana, mientras que otros, pudiendo satisfacer las necesidades de distintos mercados, se concentran también en un solo mercado, el hispano.

De los servicios que se ofrecen al mercado hispano, destaca el de Betty, *la sobadora*, un servicio muy demandado principalmente por la población de origen mexicano en Phoenix. Ella es originaria de la ciudad de Los Mochis, Sinaloa, no logró completar sus estudios de primaria pues empezó a trabajar desde muy niña vendiendo la ropa que su mamá hacía (la mamá era costurera). En México trabajó como autoempleada, vendiendo ropa hecha por su mamá, pan y comida a trabajadores de diferentes empresas y ropa que ella misma traía de Guadalajara. En 1994 llegó a Phoenix a vivir con un tío que le ayudó a conseguir su primer empleo vendiendo aparatos electrónicos. En un año, tuvo cuatro trabajos diferentes (cocinera, compañía de limpieza, limpiando casas) pero en ninguno le gustó ni el sueldo ni el trato. Su tío era sobador desde hacía ya varios años y decidió enseñarle su oficio con la esperanza de que pudiera hacerse de clientes. Los primeros siete años trabajando como sobadora, combinaba su oficio con la venta de tamales y la limpieza de casas. En el transcurso de cuatro años (1996-2000), con las ganancias de sus tres empleos, logró poner tres pequeñas loncherías en Los Mochis, pero fue estafada por sus empleados y tuvo que cerrar las tiendas. En el 2002, decide dejar de limpiar casas y empezar a vender productos naturales, además de continuar con su oficio de sobadora⁵⁰. Para hacerse de clientes, ella misma sale a buscarlos, elaborando sus tarjetas de presentación que distribuye con las personas que se encuentran de compras en los centros comerciales de mayor afluencia hispana. Sus principales clientes son los mexicanos.

De aquellos que dijeron atender a ambos mercados o al mercado anglo, hay una clara diferenciación entre los productos y servicios que ofrecen (cuadro 5.2). Un primer grupo realiza trabajos de baja calificación como jardinería y limpieza; un segundo grupo ofrece servicios que requieren mayor calificación o entrenamiento como la costura y la herrería; también hay quienes se dedican a la venta de productos culinarios y un último grupo lo conforman aquellos que ofrecen servicios técnicos especializados.

⁵⁰ Lo de la venta de productos lo consiguió también gracias a un familiar.

Cuadro 5.2. Tipos de negocios que atienden al mercado anglo

Nombre	Mercado	Tipo de producto o servicio	Giro del negocio	V
Carlos	Anglo	Servicios de baja calificación	Jardinero	3
Erika	Anglo		Limpieza de casas	3
Gloria	Anglo e hispano	Otros servicios	Costurera	2
Gustavo	Anglo e hispano		Herrero	2
Antonio	Anglo e hispano		DJ casa de música	2
J. Antonio	Anglo e hispano		Restaurante Chano y Chon	2
Irene	Anglo	Productos culinarios	Restaurante La Zita	3
Filiberto	Anglo		Instalación de sistemas de electricidad	3
Arcelia	Anglo	Servicios técnicos especializados	Instalación de sistemas de seguridad	3
J. Leonardo	Anglo		Contratista-electricista	3

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida de las entrevistas en profundidad

5.2 Disponibilidad de negocios vacantes

Por el mercado al que la mayoría de los entrevistados atiende, 19 se localizan en barrios hispanos, cuatro en barrios americanos y ocho en otros barrios (cuadro 5.3). De manera más específica, 19 de los negocios rentan un local, dos poseen local propio y diez trabajan desde su casa.

En relación a la disponibilidad y aprovechamiento de negocios vacantes, de los negocios que ocupan un local rentado, ocho de ellos son traspasos directos o en su defecto espacios anteriormente ocupados por un negocio similar.⁵¹ El lugar que ocupan cuatro de los cinco restaurantes era ocupado anteriormente también por restaurantes de origen hispano, cuyos antiguos dueños vendieron sus negocios a los entrevistados. La tienda de discos de Antonio fue un traspaso del antiguo empleador al empleado. La mueblería San Marcos aprovecha la posible clientela establecida previamente.⁵²

⁵¹ José es otro de los entrevistados cuyo taller se le ofreció primero en renta y actualmente ya es de su propiedad

⁵² Las razones por las cuales un grupo de seis entrevistados no aprovechó la disponibilidad de negocios vacantes fueron principalmente la falta de recursos y el miedo de ocupar un espacio o negocio que anteriormente no había sido redituable.

Cuadro 5.3. Ubicación de los negocios y aprovechamiento de negocios vacantes⁵³

Nombre	Giro	Mercado	Barrio	Ubicación	Vacantes
Víctor	Restaurante	Hispano	BH	Local rentado	2
Silvia	La Brisa lonchería	Hispano	BH	Local rentado	2
Yolanda	Restaurante Choix	Hispano	BH	Local rentado	2
Francisco	Frutería el Jacalito	Hispano	OB	Local rentado	1
Andrés	Pintor	Hispano	BH	vivienda	0
Teresa	Vestidos para XV años	Hispano	OB	Local rentado	1
Oscar	Joyería Díaz	Hispano	BH	Local propio	2
Ramiro	Mueblería San Marcos	Hispano	BH	Local rentado	2
Javier	Tienda de deportes USA	Hispano	BH	Local rentado	0
René	Tienda de deportes América	Hispano	BH	Local rentado	0
Betty	Sobadora	Hispano	OB	Vivienda	0
Bertha	Paquetería y envíos	Hispano	BH	Local rentado	0
Flavio	asesoría aduanal y mudanzas	Hispano	BH	Local rentado	0
Mary	asesora inmobiliaria	Hispano	BH	Local rentado	1
Héctor	Renta de viviendas	Hispano	OB	Vivienda	0
Roxana	Estética Roxana	Hispano	BH	Local rentado	0
Alma	Estética Janeth	Hispano	BH	Local rentado	2
José	taller mecánico	Hispano	OB	Local propio	2
Elizabeth	Florería Sonora	Hispano	BH	Local rentado	2
Jesús	todo para sus fiestas	Hispano	OB	Vivienda	0
Mario	estudio fotográfico	Hispano	BH	Local rentado	1
Carlos	Jardinero	Anglo	BH	Vivienda	0
Erika	Limpieza de casas	Anglo	BH	Vivienda	0
Antonio	DJ casa de music	Anglo e hispano	OB	Local rentado	2
Gloria	Costurera	Anglo e hispano	BH	Local rentado	1
Gustavo	Herrero	Anglo e hispano	BH	Vivienda	0
J. Antonio	Restaurante	Anglo e hispano	B-A	Local rentado	2
Irene	Restaurante	Anglo	B-A	Local rentado	1
Filiberto	Instalación sist. electricidad	Anglo	OB	Vivienda	0
Arcelia	Instalación sist. seguridad	Anglo	B-A	Vivienda	0
J.Leonardo	Contratista-electricista	Anglo	B-A	Vivienda	0

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida de las entrevistas en profundidad

Los nueve casos de traspasos fueron oportunidades de negocios presentadas a dos grupos diferentes. Por un lado Víctor, Antonio, Alma, José y J. Antonio, antes de tener su actual negocio, habían laborado en trabajos similares o relacionados con los que ahora

⁵³ Valores: Conocimiento y aprovechamiento de negocios vacantes (2), conocimiento y no aprovechamiento (1), Desconocimiento (0).

desempeñan y, a decir de los entrevistados, sólo estaban esperando una oportunidad para seguir haciendo lo mismo de manera independiente.

Víctor trabajó como cocinero en dos restaurantes por cerca de 7 años, después tuvo la oportunidad de tener su propio restaurante de comida mexicana por un periodo de tres años y cerró porque no había ventas; se vio en la necesidad de volver a contratarse como cocinero y ahí estuvo por cerca de dos años. Un día se enteró por medio de un familiar que se vendía un restaurante y con la ilusión de volver a empezar, con sus ahorros y la ayuda de familiares logra comprar en 2004 el restaurante que ahora tiene. Alma, José y J. Antonio pasaron por situaciones similares. Alma trabajando en una estética, José como mecánico y J. Antonio como chef, supieron aprovechar las oportunidades presentadas para dejar de ser empleados y convertirse en dueños de sus propios negocios.⁵⁴

Para Yolanda, Ramiro y Elizabeth, la oportunidad de negocios que se les presentó no tenía ninguna relación con los trabajos que anteriormente habían desempeñado. Yolanda se dedicaba a atender un negocio familiar de venta de materiales para oficinas. Un amigo y paisano dueño del restaurante Choix le ofrece, a ella y a su esposo, traspasárselos. Con sus ahorros y préstamos familiares compran el restaurante. Ramiro y Elizabeth tampoco tenían conocimiento de cómo manejar una mueblería y una florería, sin embargo los tres han logrado sacar adelante sus negocios.

El negocio de Silvia también fue una oportunidad presentada y bien aprovechada. Antes de tener su negocio se dedicaba a la venta de comida por cuenta propia. Ella es originaria de la comunidad de El Dorado (Sinaloa), estudió la carrera técnica de secretaria ejecutiva, que desempeñó por tres años. A los 19 años de edad Silvia llegó a Phoenix en busca de mejores oportunidades de empleo. Su hermana vivía en la ciudad le dio alojamiento y le ayudó a conseguir su primer empleo en una llantera por unos meses. Después trabajó como secretaria en un periódico hispano por tres años. Dejó ese trabajo porque se casó y tuvo una hija. Posteriormente trabajó en una compañía de limpieza por unos meses. En 1997 decide hacer algo diferente que le permitiera ser dueña de su propio tiempo. Con esa idea, empieza vendiendo raspados y burritos en su propia camioneta, apoyada por su esposo a quien tuvo como cocinero, autoempleo que desarrollan de 1998 a 2005. En 2006 compró la

⁵⁴ José Antonio decidió seguir como empleado aún cuando ya es propietario de un restaurante.

nevería La Brisa⁵⁵, transformándola en nevería-lonchería, que es un negocio familiar pues entre semana le ayuda una hermana y los fines de semana su familia. Silvia tuvo la habilidad de irse adaptando a las circunstancias que se le iban presentando. Del trabajo asalariado, pasó al autoempleo y del autoempleo a la creación de un negocio familiar. Ni la escolaridad, ni la trayectoria laboral fueron factores determinantes en la creación de su negocio, pero si lo fue la oportunidad que se le presentó para comprar la Brisa en un momento en que había decidido dejar de trabajar de manera independiente y volver a convertirse en empleada asalariada.⁵⁶

5.3 Apoyos gubernamentales e institucionales

En relación a la información obtenida con personas que laboran en instancias gubernamentales e institucionales al servicio de la comunidad empresarial hispana, como la Cámara de Comercio Hispana de Phoenix (CCHP), el Centro Empresarial de Negocios para las Minorías (MBEC, por sus siglas en inglés), la oficina de atención a personas con inquietudes empresariales de la ciudad de Phoenix, la Asociación Latina de Arizona y la Asociación de Mujeres Latinas de Éxito, se detallan a continuación las acciones de apoyo que realizan cada una de estas instituciones y la relación que han tenido con los entrevistados.

La CCHP tiene como objetivo apoyar a los hispanos en la formación de negocios y proveer oportunidades a las grandes empresas no hispanas para que puedan tener acceso al público hispano en calidad de clientela. Entre los principales servicios que ofrece están: organizar reuniones mensuales donde los miembros puedan hacer negocios entre ellos mismos dando a conocer sus productos o servicios; brindar entrenamiento en todo lo relacionado con la puesta en marcha y el desarrollo de los negocios y conseguir grandes proyectos para sus miembros, muchos de ellos provenientes de dependencias de gobierno.

Por su parte, el MBEC tiene como objetivo integrar a los grupos minoritarios en el mercado de trabajo formal ofreciéndoles servicios generales de consultaría en todas las áreas de negocios: mercadotecnia, finanzas, manejo gerencial, etc. Además de brindar

⁵⁵ Como no tenía los recursos para comprar el negocio, Silvia decidió refinanciar su casa.

⁵⁶ El caso de Oscar es distinto, él y su familia aprovecharon la disponibilidad de negocios vacantes para comprar un edificio con 15 locales donde reubicaron su joyería.

oportunidades de trabajo con proyectos de la ciudad y generar alianzas estratégicas con instituciones financieras para el otorgamiento de créditos.

Pertenecer tanto a la Cámara de Comercio como al Centro de Negocios tiene un costo, pues para ser miembro de la cámara se requiere pagar una cuota según el tamaño de la empresa. El costo menor es de 240 dólares anuales para una empresa de uno a cinco empleados. La membresía anual del centro de negocios tiene un costo de 75 dólares y la hora de consultoría tiene un costo acorde con el nivel de facturación de la empresa, con una variación entre 10 dólares como mínimo y 60 como máximo. Sólo dos de los entrevistados, Filiberto y Arcelia, forman parte de la cámara de comercio y del centro de negocios, y ambos aseguran que su afiliación a estas instituciones les permitió obtener muy buenos proyectos, sobre todo a través de las reuniones con otros empresarios minoritarios.

La oficina de atención de la ciudad de Phoenix tiene la misión de proporcionar a los interesados información relevante sobre cómo iniciar, desarrollar y expandir un negocio, principalmente ofrece orientación sobre los requerimientos para la obtención de licencias de trabajo y de negocios y la zonificación y ocupación de edificios. De los 31 entrevistados, 25 tienen su negocio registrado por lo que tuvieron que haber recurrido a la oficina de atención de la ciudad para recibir algún tipo de asesoría. De los seis entrevistados que no han registrado su actividad, además de ser autoempleados, cinco no lo han hecho porque se encuentran residiendo sin autorización en el país y creen que dicha condición de ilegalidad les impediría en un momento dado tener un negocio formalmente establecido.⁵⁷

En teoría un inmigrante ilegal no puede registrar un negocio por carecer de documentación que acredite su autorización para trabajar en Estados Unidos (visa, permiso de trabajo o residencia legal), sin embargo, hay quienes se arriesgan a tramitar su licencia de negocios debido a que generalmente ni la ciudad de Phoenix (el municipio) ni el estado verifican el estatus migratorio del interesado, pero si hacen hincapié en que la persona cuente con su número para el pago de impuestos (ITIN: Individual taxpayer identification number). De los 25 negocios registrados, diez son propiedad de inmigrantes ilegales, en el

⁵⁷ Las personas que no han registrado sus actividades por cuenta propia son: Betty, Jesús, Carlos, Erika, Andrés y Gustavo

cuadro 5.4 se detalla la documentación requerida a los inmigrantes para el otorgamiento de sus licencias de negocios.

Cuadro 5.4. Negocios registrados ante la ciudad de Phoenix y el estado de Arizona

Nombre	Estatus de llegada	Estatus antes del negocio	Documentación requerida	Estatus actual
Alma	Ilegal	Residente	Número de seguro social y de pago de impuestos	Residente
Antonio	Ilegal	Ilegal	Número de pago de impuestos	Ilegal
Arcelia	Visa turista	Ciudadana	Número de seguro social y de pago de impuestos	Ciudadana
Bertha	Visa turista	Ilegal	Número de pago de impuestos	Ilegal
Elizabeth	Ilegal	Ilegal	Licencia de manejo y número de impuestos	Ilegal
Filiberto	Visa turista	Residente	Número de seguro social y número de impuestos	Residente
Flavio	Ilegal	Residente	Licencia de manejo, número de seguro social y número de impuestos	Residente
Francisco	Ilegal	Ciudadano	Número de seguro social y número de impuestos	Ciudadano
Gloria	Ciudadana	Ciudadana	Número de seguro social y número de impuestos	Ciudadana
Héctor	Ilegal	Ilegal	Número de seguro social y número de impuestos	Ilegal
Irene	Visa turista	Ilegal	Identificación y número de impuestos	Ilegal
J. Antonio	Ilegal	Residente	Número de seguro social y número de impuestos	Residente
J. Leonardo	Visa trabajo	Ilegal	Número de seguro social y número de impuestos	Residente
Javier	Ilegal	Ilegal	Licencia de manejo y número de impuestos	Ilegal
José	Visa turista	Ilegal	Identificación y número de impuestos	Residente
Mario	Ciudadano	Ciudadano	Número de seguro social y numero de impuestos	Ciudadano
Mary	Ilegal	Ciudadana	Número de seguro social y numero de impuestos	Ciudadana
Oscar	Ilegal	Ciudadano	Número de seguro social y número de impuestos	Ciudadano
Ramiro	Ilegal	Residente	Número de seguro social y número de impuestos	Residente
René	Visa turista	Residente	Número de seguro social y número de impuestos	Residente
Roxana	Visa turista	Residente	Identificación y número de impuestos	Residente
Silvia	Visa turista	Ilegal	Número de seguro social y número de impuestos	Ilegal
Teresa	Ilegal	Residente	Número de seguro social y número de impuestos	Residente
Víctor	Ilegal	residente	Número de seguro social y número de impuesto	Residente
Yolanda	Visa turista	Ilegal	Identificación y número de impuestos	Ilegal

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida de las entrevistas en profundidad

Respecto a las asociaciones no gubernamentales, ALAZ tiene la finalidad de apoyar y motivar a la población empresarial hispana y a sus clientes a través de un desplegado publicitario para los empresarios y una tarjeta de descuento para los consumidores afiliados. El servicio incluye un año de publicidad en radio e Internet, un año de aparición en una revista local, acceso a clientes por medio de un número de servicio directo, entrada gratuita a reuniones de negocios que se efectúan cada 3 meses y descuentos especiales en las exposiciones organizadas por la asociación. La membrecía para el empresario tiene un costo de 350 dólares anuales y para el consumidor de 20 dólares. Con la tarjeta del consumidor se obtienen descuentos en todos los negocios afiliados a ALAZ y el costo de la membrecía es deducible de impuestos.⁵⁸

Siete de los entrevistados estaban afiliados a ALAZ al momento de la entrevista y dos más habían sido invitados a formar parte de ella. Sin embargo todos expresaron que la asociación es un fracaso pues además de no cumplir lo que promete, lo poco que ha cumplido no ha servido en el desarrollo de los negocios de los involucrados.

Cuadro 5.5. Negocios afiliados a ALAZ

Nombre	Negocios afiliados a ALAZ
Silvia	La Brisa lonchería
Francisco	Frutería el Jacalito
Teresa	Vestidos para XV años
Oscar	Joyería Díaz
Héctor	Renta de viviendas
Irene	Restaurant
Mario	Estudio fotográfico

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida de las entrevistas en profundidad

La Asociación de Mujeres Latinas de Éxito (MLDE) tiene como objetivo primordial fortalecer el carácter, visión y crecimiento de las mujeres latinas, utilizando como conducto el establecimiento y desarrollo de negocios dirigidos por ellas mismas. Ofrece además de cursos de negocios otros de superación personal, belleza, baile, música y cocina. De las mujeres entrevistadas, cinco han sido invitadas a afiliarse a dicha asociación, pero no lo han hecho porque no lo consideran una oportunidad de crecimiento

⁵⁸ Para 2009 había más de 300 negocios hispanos afiliados a ALAZ en Phoenix.

para sus negocios, sino más bien como “un medio de distracción para sacar a la mujer de la rutina”. A pesar de que esta asociación, hasta el momento no ha tenido éxito al menos con las mujeres entrevistadas, es importante mencionarla como parte de un grupo de latinos que se interesan por fortalecer la presencia de negocios hispanos.

El cuadro 5.6 muestra la manera en como los inmigrante mexicanos en Phoenix, Arizona hicieron uso de las estructuras de oportunidad presentes en dicho contexto. Para Oscar, Filiberto y Arcelia, las estructuras de oportunidad se traducen principalmente en los apoyos que han recibido gracias a su afiliación a dependencias gubernamentales. Filiberto y Arcelia a partir de su ingreso a la CCHP y al MBEC, además de mejorar el manejo administrativo de sus empresas, han visto un incremento en su cartera de clientes, lo que ha traído a su vez como consecuencia un aumento en sus ingresos. Oscar, por su parte, también ha recibido apoyo de instancias gubernamentales. El actual local que ocupa la joyería de Oscar está dentro de un edificio (con aproximadamente 15 locales) propiedad de su familia que se obtuvo a través de un préstamo (a treinta años) avalado por la Administración Federal de Pequeños Negocios ante el gobierno federal.⁵⁹

J. Antonio, Antonio, Silvia, Víctor, Yolanda, Ramiro, alma, José y Elizabeth, forman parte del grupo de entrevistados que atienden mayoritariamente al mercado hispano y supieron aprovechar muy bien la disponibilidad de negocios vacantes. Desafortunadamente en este grupo, aun cuando se conoce la existencia de apoyos para la creación de negocios por parte de instancias gubernamentales y no gubernamentales, dichos apoyos no han sido buscados o aprovechados (a excepción de Silvia que forma parte de ALAZ).

⁵⁹ Si bien, Irene aparece también como una de las que mejor ha aprovechado las estructuras de oportunidad sobre todo por atender a un mercado angloparlante a pesar de sus deficiencias en el idioma y por estar afiliada a ALAZ, la misma entrevistada comentó que desafortunadamente de su asociación a dicha organización no ha visto ningún fruto. Es importante recalcar que el propósito de la sumatoria de los valores dados a las variables no es medir con exactitud dichas variables sino identificar patrones que den pie para una mejor explicación del problema de estudio.

5.6 Estructuras de oportunidad utilizadas por los inmigrantes mexicanos en Phoenix, Arizona

Nombre	Mercado	Disponibilidad	Apoyos	Sumatoria
Oscar	1	2	3	6
Filiberto	3	0	3	6
Arcelia	3	0	3	6
Irene	3	1	2	6
J. Antonio	2	2	1	5
Antonio	2	2	1	5
Silvia	1	2	2	5
Víctor	1	2	1	4
Yolanda	1	2	1	4
Ramiro	1	2	1	4
Alma	1	2	1	4
José	1	2	1	4
Elizabeth	1	2	1	4
Francisco	1	1	2	4
Teresa	1	1	2	4
Mario	1	1	2	4
Gloria	2	1	1	4
Erika	3	0	1	4
Carlos	3	0	1	4
J. Leonardo	3	0	1	4
Mary	1	1	1	3
Héctor	1	0	2	3
Gustavo	2	0	1	3
René	1	0	1	2
Flavio	1	0	1	2
Javier	1	0	0	1
Bertha	1	0	0	1
Roxana	1	0	0	1
Andrés	1	0	0	1
Betty	1	0	0	1
Jesús	1	0	0	1

Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida en las entrevistas en profundidad

Otros que también atienden al mercado hispano son: Javier, Bertha, Roxana, Andrés, Betty y Jesús, este grupo a diferencia del anterior, hasta antes de la creación de sus negocios o el inicio de sus actividades por cuenta propia, desconocían por completo de la existencia de negocios vacantes, así como también de apoyos de tipo gubernamental o no gubernamental.

las estructuras de oportunidad del contexto en Phoenix se traducen en: 1) un amplio mercado hispano con ciertas necesidades de consumo de productos étnicos, 2) un amplio mercado hispano con necesidades también de cierto tipo de servicios que pueden ser proporcionados por personas del mismo origen étnico y con esto borrar la barrera del idioma, 3) la búsqueda y/o aprovechamiento de oportunidades de negocio abandonadas no necesariamente por personas de origen nativo y 4) el reconocimiento (mas no el aprovechamiento) de la existencia de instituciones de apoyo en este caso a la comunidad empresarial hispana.

CONCLUSIONES

LOS DETERMINANTES MÚLTIPLES EN LA CREACION DE PEQUEÑOS NEGOCIOS DE INMIGRANTES MEXICANOS EN PHOENIX

Si bien ya se ha puesto en evidencia el creciente número de pequeñas empresas propiedad de mexicanos en Estados Unidos, es claro que los inmigrantes mexicanos no llegan a dicho país con el propósito de abrir un negocio (B. Valenzuela & M. Calleja, 2009). Sin embargo, se presentan factores y condiciones que hacen propicio el desarrollo de este tipo de actividades. En la presente investigación, se identificaron y analizaron los recursos de capital humano, capital social y estructuras de oportunidad del contexto en Phoenix que fueron determinantes para la conformación de pequeños negocios por parte de un conjunto de inmigrantes mexicanos residentes en dicha ciudad. Partiendo de las aportaciones conceptuales vinculadas con los tres ejes de análisis y la sistematización de la información analizada en los capítulos anteriores, a continuación se reflexiona sobre la complejidad de los factores implicados en la creación de negocios por parte de los inmigrantes mexicanos en Phoenix, Arizona.

La literatura analizada en el primer capítulo resume cómo un sector de los inmigrantes en Estados Unidos han basado el éxito de sus pequeños negocios en aspectos de capital humano tales como la escolaridad, el manejo del idioma inglés, una amplia experiencia laboral y el ambiente de socialización primaria que a su vez tiene una incidencia directa con un nivel de estudios mayor (Pyong Gap Min & Mehdi Bozorgmehr, 2000, Throw, 1978 & M. Hasam, 2001). Para los mexicanos en Phoenix, estas características no garantizaron la puesta en marcha de sus pequeños negocios ni el éxito de los mismos.⁶⁰ Dos terceras partes de los entrevistados nacieron en zonas urbanas lo que facilitó que la mitad de ellos accedieran a estudios universitarios, sin embargo, esos conocimientos no fueron aprovechados en el establecimiento de sus negocios. Así mismo, debido a que la mayoría atendía a consumidores y clientes en el mercado hispano, el manejo del idioma inglés no fue definitivamente necesario. Sin embargo, para personas como Arcelia, Filiberto y J. Leonardo, sus habilidades en el idioma les brindó

⁶⁰ A excepción del caso de J. Leonardo quien fue contratado desde México debido a su nivel de estudios y a su experiencia laboral.

oportunidades de negocios con el mercado anglosajón, un mercado que consideran, les genera mayores ingresos que el mercado hispano.

Autores como Light y Bonacich (1988) argumentaron la relevancia de recursos étnicos y de clase como soporte en la formación empresarial de grupos como los coreanos. Entre los recursos étnicos más importantes destaca la movilización de mano de obra familiar. Al hacer una diferenciación entre los tipos de negocios creados por los inmigrantes mexicanos en Phoenix, se encontró que uno de cada tres son negocios cien por ciento familiares, que se ahorran la contratación de personal y usan la mano de obra que tienen a su alcance. Así mismo, hubo autoempleados que comentaron que en temporadas donde la demanda por el producto que se ofrece es alta, en lugar de contratar a algún empleado se aprovecha la mano de obra familiar, tal es el caso de Elizabeth dueña de *Florería Sonora* que en fechas como “San Valentín” o “día de las madres” se ve en la necesidad de pedir el apoyo de familiares y algunos amigos.

Otro factor de capital humano relevante en la creación de negocios en casos como el de los cubanos en Miami y los coreanos en Los Ángeles fue su alta experiencia ocupacional traída desde sus países de origen y también adquirida en Estados Unidos. Aun cuando las condiciones de llegada a dicho país son muy distintas para los mexicanos en relación con los cubanos, la experiencia laboral con la que muchos mexicanos llegan a Estados Unidos, pero sobre todo aquella que acumulan dentro de ese país resultó fundamental en la creación de sus negocios. Antes de la apertura de sus negocios o del inicio de una actividad laboral de manera independiente, la mayoría de los entrevistados contaba con tres años de experiencia (como mínimo) en el ramo. Los inmigrantes en Phoenix después de haber desempeñado por años cierta actividad, se percatan de que contaban con las habilidades suficientes para emprender la misma actividad pero ahora por cuenta propia. A decir de los entrevistados, la confianza en sí mismos fue fundamental para poner en práctica los conocimientos adquiridos, situación similar a la que encontró Valenzuela-Camacho (2007) en su trabajo sobre empresarios sinaloenses en Los Ángeles.

Las redes de relaciones sociales establecidas y desarrolladas entre los inmigrantes y el uso de las oportunidades surgidas a partir de ellas son conocidas como capital social. Para Portes (1995) las ayudas recibidas a través de las redes sociales pueden en algún momento ser de carácter recíproco. Esta reciprocidad compartida puede generar una

riqueza y un beneficio social sostenible a través del tiempo. Los inmigrantes mexicanos en Phoenix hicieron uso de esas estructuras sociales conectadas por relaciones de parentesco, amistad o paisanaje para enfrentar situaciones complejas tales como su llegada a Estados Unidos, la búsqueda de empleo y la creación de sus negocios.

Los inmigrantes mexicanos entrevistados hicieron uso de los apoyos brindados principalmente por sus familiares en Estados Unidos, traducidos en términos de hospedaje, alimentación y en algunos casos préstamos monetarios para el cruce de la frontera. Una vez instalados, los mismos familiares ayudaron a los inmigrantes mexicanos en la búsqueda de empleo, contactándolos con sus propios empleadores o presentándoles amigos que los pudieran emplear en alguna otra empresa. Para la apertura de los negocios, los entrevistados dijeron contar con ahorros personales y en su defecto hubo quienes hicieron uso de préstamos familiares.

Para Waldinger (1984) los procesos de búsqueda e inserción en el empleo se facilitan cuando el empleador es del mismo origen étnico que el empleado. Se trata de economías étnicas que además de ofrecer oportunidades de empleo a los inmigrantes, pueden promover el autoempleo debido al entrenamiento recibido (Raijman & Tienda, 2000). Las entrevistas revelaron algunos datos que sustentan que la mayoría de los empleos de los inmigrantes, antes de la creación de sus negocios, se realizaron dentro de una economía de carácter no étnico. Sin embargo, las habilidades adquiridas para la apertura de negocios de los entrevistados en uno de cada tres casos sí provenían de empleos previos con *paisanos*. Del total de negocios que contratan empleados, todos reclutan personas del mismo origen étnico. Es importante mencionar que dos terceras partes de estos nuevos empleadores forman parte del grupo cuyos anteriores patrones eran de origen no étnico. Independientemente si el inmigrante mexicano estuvo inserto o no en una economía étnica hasta antes de la creación de su negocio, o independientemente si fue una persona de origen no étnico la que le brindó el entrenamiento necesario para la puesta en marcha de su negocio, lo relevante es que ahora en su papel de empleador y ante la necesidad de mano de obra ha preferido beneficiar a trabajadores del mismo origen étnico.

Hasta aquí se han dado a conocer aquellos aspectos relacionados con el capital humano y social que incidieron, o no, en la puesta en marcha de los negocios. Para completar el análisis es necesario referir el contexto en el que se insertan los migrantes a su

llegada a Estados Unidos, así mismo analizar de qué manera dicho contexto favoreció u obstaculizó la decisión de establecer pequeños negocios.

Las precarias condiciones que ofrece el mercado general de trabajo a los inmigrantes, entendidas éstas como trabajos duros, inestables y mal remunerados son consideradas razones por las que los inmigrantes (en este caso, los mexicanos en Phoenix) deciden autoemplearse y/o establecer un pequeño negocio (Rath y Kloosterman 2001). Adicionalmente, ante la existencia de una extensa población inmigrante que demanda productos y servicios de tipo étnico no atendidos por los mercados existentes, se presenta la oportunidad de establecer pequeños negocios para satisfacer dicha demanda. Para Waldinger *et al* (1985, 1990), estas condiciones de mercado son llamadas *estructuras de oportunidad*, comprenden las condiciones que pueden permitir la posible atención de un mercado no étnico, las rutas de acceso a la propiedad y las políticas gubernamentales que fomenten la creación de negocios.

En relación a dichas estructuras, los mexicanos entrevistados fueron favorecidos por un amplio mercado hispano que demandaba cierto tipo de productos culinarios, bienes culturales y otros servicios de tipo étnico (dos terceras partes de los entrevistados atienden al mercado hispano). Entre aquellos que optaron por atender al mercado no étnico representado mayoritariamente por los estadounidenses, se distinguen dos grupos. El primero integrado por inmigrantes cuyo oficio es realizar trabajos de muy baja calificación destacando los servicios de jardinería y la limpieza y mantenimiento de viviendas; el segundo, integrado por inmigrantes que gracias a sus habilidades, conocimientos y un manejo fluido del idioma inglés ofrecen servicios que requieren de una mayor especialización técnica.

Se encontraron también algunos casos que hicieron notar la presencia de negocios vacantes. Sin embargo, a diferencia de lo argumentado por Waldinger, Aldrich y Ward (1990) en relación a que dichos negocios vacantes suelen ser propiedad de empresarios nativos. En la presente investigación se encontró que la mayoría de los antiguos propietarios de los negocios aprovechados y ahora ocupados por inmigrantes mexicanos eran de origen hispano. Se trata de un grupo de nueve mexicanos que ante la disponibilidad de mercados desatendidos, sustituyeron a los viejos dueños, estableciendo negocios similares.

En relación a las políticas de apoyo, existen instituciones al servicio de la comunidad empresarial hispana, algunas gubernamentales y otras de tipo no gubernamental. La mitad de los entrevistados dijo conocer la existencia de este tipo de instituciones. Sin embargo, hay quienes no solicitan apoyos pues consideran que estos sólo se otorgan a grandes empresas o que por su estatus de indocumentados no son sujetos de tales beneficios.

Este último aspecto se presenta como una posible limitante que da pie para que los inmigrantes se autoempleen dentro del mercado informal y la economía no regulada. El Ayuntamiento de la ciudad de Phoenix ofrece asistencia de negocios a todo aquel interesado en convertirse en un emprendedor, sin importar su estatus migratorio. Sin embargo, según el encargado de este departamento (de asesoría de negocios), para dar continuidad al proceso de obtención de licencias para trabajar por cuenta propia o permisos para establecer un negocio, si no se presenta un número de seguro social válido, la apertura formal del negocio puede quedar en el aire en algún momento del trámite. En este sentido, el estatus de un inmigrante sin autorización laboral o de residencia pareciera ser una limitante en el emprendimiento de un negocio. Sin embargo, en esta investigación se encontraron diez casos de mexicanos que careciendo de la documentación migratoria correspondiente pudieron registrar su negocio presentando una identificación y el número de pago de impuestos.

La evidencia reunida a lo largo de la investigación muestra la variabilidad de recursos puestos en juego para la creación de un negocio. Pese a esta dificultad, se pudieron identificar dos patrones, el primero muestra cierta incidencia en un factor de capital humano y el segundo tiene relación con las estructuras de oportunidad.

En relación con el capital humano, la trayectoria ocupacional tanto en México como en Estados Unidos y la experiencia laboral acumulada en trabajos anteriores a la creación del negocio fueron los factores de mayor peso para emprender dicha actividad para dos de cada tres entrevistados. En casos excepcionales como el de J. Leonardo, la experiencia laboral combinada con el nivel de estudios en México y el manejo del idioma fue lo que determinó que se decidiera a trabajar por cuenta propia. En términos generales, el manejo del idioma inglés, las redes sociales y los apoyos que pudieran recibirse de

alguna dependencia son sólo medios que facilitan y/o mejoran las actividades de negocios, pero no son una condición necesaria para el surgimiento de las mismas.

El segundo patrón observado es el caso de un grupo de mexicanos a quienes se les presentó en un momento específico la oportunidad de tener su propio negocio a partir de la existencia de negocios vacantes y mercados desatendidos por personas del mismo origen étnico. Todas estas personas, ya contaban con una ventaja antes de comprar su negocio, tenían la experiencia laboral suficiente para emprenderlo y mantenerlo en pie.

No hay duda que el proceso de creación de negocios resultó ser muy complejo. Si bien se lograron los objetivos planteados al inicio de la investigación, fue difícil hablar de la existencia de un patrón general que explicara dicho proceso. Pese a esta dificultad, el estudio de estos tres ejes de análisis permitió ampliar el espectro de aquellos factores que posibilitan el establecimiento de un negocio.

Los mexicanos en Estados Unidos cuentan con diferentes tipos de recursos que justificaron la variabilidad de casos encontrados. La experiencia laboral de los entrevistados resultó ser el factor más repetitivo, esta experiencia motivada por algunas oportunidades de negocios incidió en la toma de decisiones de los nuevos emprendedores. Estos resultados llevan a pensar en la posibilidad que una vez adquirida la experiencia, el inmigrante busca y/o visualiza nuevas oportunidades de negocios relacionadas directamente con los conocimientos y habilidades aprendidas a lo largo de su trayectoria laboral.

Un aspecto relevante a considerar, aún antes de analizar de los recursos que acumularon y movilizaron los inmigrantes en la creación de sus negocios, se refiere a las opciones limitadas que tuvieron para insertarse en el mercado general de trabajo. Dichas opciones limitadas se presentaron como una situación persistente que los llevó a decidir trabajar por cuenta propia y emprender un negocio. En relación con esto, se identificaron dos grupos: el de aquellos inmigrantes que tanto en México como en Estados Unidos estuvieron insertos en trabajos precarios debido principalmente a sus bajos niveles de escolaridad (entre ellos: Ramiro, Javier, Flavio, Betty, Víctor, Andrés) y el de quienes en México tuvieron oportunidad de ejercer su carrera a nivel técnico o universitario pero al

llegar a Estados Unidos y carecer de la documentación requerida, esta oportunidad les fue negada (tal es el caso de Silvia, Teresa, Bertha, René y Oscar).

A su llegada a Phoenix, los entrevistados se emplearon en el mercado de trabajo secundario, tal y como lo afirman M. Piore (1975) y Wilson y Portes (1996). Las opciones de inserción laboral en el mercado general de trabajo en Phoenix, fueron limitadas para todos, pero principalmente para aquellos cuyo nivel de escolarización era bajo, la experiencia laboral escasa y un manejo muy reducido del idioma inglés.

Haciendo un intento por contrastar los hallazgos de la presente investigación con la de los autores revisados en el capítulo conceptual, se encontró que el caso de los inmigrantes mexicanos que crean negocios en Phoenix difiere bastante del de los empresarios cubanos en Miami y los coreanos e iraníes en Los Ángeles, sobre todo en relación a las condiciones de llegada de cada grupo étnico. La mayoría de los mexicanos entrevistados llegaron a Phoenix sin documentación que autorizara su ingreso o residencia o si bien, entraron al país haciendo uso de una visa de turista.

Los cubanos llegaron a Estados Unidos como asilados políticos a partir de la arribo de Castro al poder en 1959, contaban además con un nivel de escolaridad muy alto (la mayoría profesionales) y con una experiencia ocupacional en su país de origen traducida en altos puestos gerenciales en empresas propiedad de estadounidenses. Estas condiciones combinadas con la experiencia adquirida en Estados Unidos en *puestos similares* a los que tenían en Cuba y una acumulación de capital financiero, los llevó a la creación de empresas concentradas mayoritariamente en Miami.

Los coreanos, por su parte, llegaron a Estados Unidos y particularmente a Los Ángeles a partir de un cambio en la ley de inmigración de 1965 donde se abolió la discriminación basada en los orígenes nacionales y la exclusión de los asiáticos. Muchos de los inmigrantes coreanos que entraron legalmente a Estados Unidos lo hicieron gracias a sus habilidades ocupacionales, habilidades que pudieron ser usadas y explotadas dentro del mercado de trabajo americano (Light & Bonacich, 1988).

Los iraníes eran exiliados políticos de la revolución islámica de 1979. Esta condición les dio la oportunidad de prepararse intelectualmente en Estados Unidos y así

poder competir por mejores puestos de trabajo y lograr una estabilidad económica mayor. Tanto los empresarios coreanos como los iraníes se caracterizaron por sus recursos étnicos y de clase. Entre los recursos étnicos destacó su alto nivel de educación y su experiencia ocupacional; mientras que como recursos de clase, ambos grupos provenían de clases medias o clases media-altas, lo que les brindó mayor seguridad económica al momento de querer iniciar un negocio.

Los niveles de escolaridad y las trayectorias ocupacionales de los mexicanos en Phoenix no pueden compararse con la de estos otros grupos de inmigrantes analizados por los autores antes referidos, pues si bien la mayoría de los mexicanos entrevistados residentes en Phoenix contaban con niveles de escolaridad “altos” en relación con la media nacional en México, éstos se traducen en estudios profesionales terminados en casos excepcionales, y en estudios universitarios incompletos y de preparatoria terminada en otros pocos casos.

Los recursos de clase también pueden ser un punto importante de reflexión. La mayoría de los mexicanos entrevistados provienen de clases trabajadoras medias y bajas (digamos, un escalón debajo de los iraníes y de los coreanos). Sin embargo, una vez obtenida la residencia autorizada, ésta les permite sentirse parte de un nuevo grupo social, al menos entre los mismos mexicanos. La obtención de la residencia permanente anterior a la creación de sus negocios, permitió a los entrevistados acceder a mejores empleos, mejores salarios y, en algunos casos, ahorrar con la esperanza de encontrar más adelante una oportunidad de negocios que les diese autonomía (tal es el caso de Ramiro, Flavio, Oscar y Víctor).

Si bien en el caso de los inmigrantes mexicanos entrevistados en Phoenix se puede enfatizar la relevancia de la trayectoria ocupacional en la creación de sus negocios, dicha trayectoria laboral difiere mucho respecto a los coreanos, iraníes o cubanos, pues la de los mexicanos se desarrolla dentro del mercado de trabajo secundario realizando actividades de baja calificación.

Los inmigrantes mexicanos entrevistados en Phoenix tienen mayores similitudes con otros grupos de hispanos en Estados Unidos y con otros grupos de mexicanos que también crean negocios en otras ciudades de Estados Unidos, como los mexicanos en

Chicago estudiados por Raijman y Tienda (2000) y Valenzuela Varela (1993) y los mexicanos en Los Ángeles estudiados por Valenzuela-Camacho (2007).

Se trata en primer lugar de inmigrantes que llegaron a Estados Unidos bajo situaciones muy similares en cuanto a su estatus migratorio y que crearon negocios cuyas características son también muy parecidas. La mayoría son pequeños negocios familiares enfocados a satisfacer la demanda de productos étnicos, situación que permite a los inmigrantes, aun con problemas en el idioma o desventajas educacionales, realizar una actividad por cuenta propia, tal y como lo argumentaron Raijman y Tienda (2000).

Esta última particularidad es la que marca la diferencia con los casos de los cubanos, coreanos e iraníes (cuyos recursos de capital humano fueron indispensables en el establecimiento de sus empresas) y las investigaciones documentadas en el primer capítulo sobre hispanos o mexicanos en Estados Unidos que hacen mayor hincapié en los recursos de capital social y estructuras de oportunidad que favorecieron la creación de negocios.

En la presente investigación, se reconoce la importancia de las redes sociales en el establecimiento y búsqueda de empleo de los inmigrantes mexicanos recién llegados a Estados Unidos. Así mismo se identificaron ciertas estructuras de oportunidad que facilitaron la creación de negocios. Sin embargo, se encontró que el factor determinante fue la experiencia laboral acumulada. Este análisis de la incidencia de las trayectorias ocupacionales de los inmigrantes en la creación de sus negocios es una aportación a los estudios sobre el tema, pues se hizo un esfuerzo por ir más allá de lo que un inmigrante puede lograr como parte de un grupo étnico. Se trata de inmigrantes mexicanos que independientemente de su identidad grupal y de la existencia de estrechos lazos entre coétnicos, utilizaron como recurso clave en la creación de sus negocios la experiencia laboral acumulada, desarrollada en economías de origen no étnico y en el mercado laboral informal.

En relación al tipo de negocio creado, si bien hubo quienes intentaron establecerse dentro del mercado formal, hubo quienes se mantuvieron en la informalidad considerando que ello les permite obtener mayores ganancias al no reportar impuestos. Carlos, el jardinero; Betty, la sobadora; Gustavo, el herrero; Erika, quien trabaja limpiando casas;

Andrés, el pintor, y Jesús quien se dedica a la renta de muebles, mantelería y equipos de sonido para fiestas, son autoempleados recientes dentro de la economía informal.⁶¹

Estas personas revelaron en sus entrevistas que no tienen la intención de establecerse formalmente debido a que consideran que puede haber una disminución sustancial de sus ganancias al hacerlo. También argumentaron que registrar el negocio conlleva responsabilidades mayores, sobre todo en lo referente a quejas y denuncias. Si bien este grupo de entrevistados busca aumentar su cartera de clientes, su visión de negocios sigue siendo muy reducida y por el momento han decidido continuar como hasta ahora.

Retomando el tema de la “empresarialidad” del inmigrante, este tipo de personas, independientemente que estén llevando a cabo una actividad económica por cuenta propia, no pueden ni deben ser llamados pequeños empresarios, debido a que se trata de personas que haciendo uso de su experiencia acumulada en el mercado de trabajo asalariado, buscan mejorar sus condiciones de vida creando una actividad de negocios por cuenta propia.

Dado el momento por el que está pasando la población de origen mexicano ante el ambiente antiinmigrante que se vive en Arizona, un elemento importante a considerar en investigaciones posteriores es el futuro que les espera a los mexicanos dueños de negocios en dicho Estado y particularmente en Phoenix, Arizona. Los medios de comunicación han anunciado una caída considerable en las ventas de negocios hispanos a partir de la aprobación de la ley SB 1070. Toda esta situación nos lleva a plantearnos ¿qué pasará con los inmigrantes mexicanos dueños de pequeños negocios en Phoenix, Arizona? ¿Regresarán a México e invertirán en algún negocio aprovechando los recursos con los que cuentan y aquellos que han acumulado durante su estancia en Estados Unidos o se desplazarán a otros estados de la Unión Americana?

⁶¹ Cuatro de ellos iniciaron actividades de 2006 a 2008.

BIBLIOGRAFIA

- Arocena, J. 1990. La pequeña empresa, perfil de un actor. Montevideo-Uruguay: Centro latinoamericano de economía urbana, ediciones de la banda oriental.
- Arango, Joaquín, 2000, “Enfoques conceptuales y teóricos para explicar la emigración”, *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, UNESCO, núm. 165, septiembre, pp. 33-47, en <http://www.unesco.org/issj/rics165/fulltextspa165.pdf>, consultado el 28 de febrero de 2009.
- Arizona Hispanic Chamber of Commerce, 2007, *Datos 2007, Focus on Arizona's Hispanic Market*. Phoenix, Arizona, AZHCC-ASU.
- Association for Enterprise Opportunity, 2005. “Microenterprise employment statistics in United States”. United States of America, en <<http://www.microenterpriseworks.org/index.asp?sid=17>>, consultado el 10 de Octubre de 2008.
- Association for Enterprise Opportunity, 2005. “Microenterprise employment statistics in Arizona”. United States of America, en <<http://www.microenterpriseworks.org/microenterpriseworks/files/ccStates/MEESFILENAME/000000000003/Arizona-MEES-2005.pdf>>, consultado el 10 de Octubre de 2008.
- Becker, Gary, 1977, “Capital Humano”, en Gary Becker ed., *Teoría Económica*, México, Fondo de Cultura Económica, pp. 201-230
- Becker, Gary, 2005. “Inversión en capital humano e ingresos”, en Luis Toharia comp. *El mercado de trabajo: Teorías y perspectivas*,. Madrid, Alianza Editorial, pp. 39-63.
- Bonacich, Edna y John, Modell, 1981, *The economic basis of ethnic solidarity: A study of Japanese Americans*, Berkeley y Los Angeles, University of California Press.
- Bonacich, Edna, 1987, “Making it in America: A social evaluation of the ethnics of immigrant entrepreneurship”, *Sociological Perspectives*, vol. 30, núm. 4. pp.446-466.
- Cornelius, Wayne y Takeyuki Tsuda, 2003, “Human Capital versus Social Capital. A comparative analysis of immigrant wages and labor market incorporation in Japan and the United States”, *Migraciones Internacionales*, vol.2, núm. 1, pp. 5-35.
- Cuéntame, 2005. “Promedio de escolaridad de la población en México”. México, D.F. En www.cuentame.inegi.gob.mx/poblacion/escolaridad.aspx?tema=p, consultado el 10 de noviembre de 2009.
- Dean, David y Reynolds, Jean, 2006, Hispanic historic property survey. Final Report. City of Phoenix, September 30, pp. 1-17, en <http://phoenix.gov/HISTORIC/hhps1a.pdf>, consultado el 27 de enero de 2010.

- Elaine L. Edgcomb & Joyce A. Klein, 2005. *Opening opportunities, building ownership: Fulfilling the promise of microenterprise in the United States*. United States of America, Aspen Institute.
- Gober, Patricia, 2006, *Metropolitan Phoenix. Place making and community building in the desert*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press.
- Harner, John, 1995, "Continuity Amidst Change: Undocumented Mexican Migration To Arizona", *Professional Geographer*, vol. 47, núm. 4, pp. 339-441.
- Kotlanger, Michael J. 1983, *Phoenix, Arizona, 1920-1940*, Arizona, Arizona State University.
- Light, Ivan y Bonacich, Edna, 1988. *Immigrant entrepreneurs: Koreans in Los Angeles*, Los Angeles, University of California.
- Light, Ivan, Richard B. Bernard y Rebecca Kim, 1999, "Immigrant Incorporation in the Garment Industry of Los Angeles. *International Migration Review*, vol. 33. Núm. 1, Spring, pp. 5-25.
- Light, Ivan y Carolyn Rosenstein, 1995, *Race, ethnicity, and entrepreneurship in urban America*. New York, Aldine de Gruyter.
- Light, Ivan y Steven J. Gold, 2000, *Ethnic Economies*, San Diego, Academic Press.
- Lindom J. Robison, Marcelo E. Siles y A. Schmid, 2003 "El capital social y la reducción de la pobreza: hacia un paradigma maduro", en Raúl Atria y M. Siles comps. *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma*, Santiago de Chile, CEPAL/ Universidad de Michigan, pp. 51-113.
- Logan, John, Richard D. Alba y Thomas L. McNulty, 1994. "Ethnic economies in Metropolitan Regions: Miami and Beyond", *Social Forces*, vol. 72, núm. 3, pp. 691-724.
- Lowrey Ying, 2007. *Minorities in Business: A demographic review of minority business ownership*. United States of America, U.S Small Business Administration.
- Luckingham, Bradford, 1994, *Minorities in Phoenix. A profile of Mexican American, Chinese American and African American Communities, (1860-1992)*, Tucson and London. The University of Arizona press.
- Luckingham, Bradford, 1995, *Phoenix. The history of a southwestern metropolis*, Tucson, Arizona, The University of Arizona Press.
- Mahmood Hasan Khan, 2001. *La pobreza rural en los países en desarrollo*. Washington D.C. Fondo Monetario Internacional.

- Massey, Douglas y Michael, Aguilera. 2003, "Social Capital and the Wages of Mexican Migrants: New Hypotheses and Tests", *Social Forces*, vol. 82, núm. 2, pp. 671-701
- Massey, Douglas *et al*, 1994, "An evaluation of international migration theory: The North American Case". *Population and Development Review*, vol.20, núm. 4, pp. 699-751.
- Oberle, Alex, 2004. "Se venden aquí. Latino commercial Landscapes in Phoenix, Arizona" en Daniel D. Arreola ed., *Hispanic Spaces, Latino Place*. Austin, Texas, Universidad de Texas.
- Piore, Michael, 1975, "Notes for a theory of labor market segmentation", en R. Edwards, M. Reich y D. Gordon eds., *Labor market segmentation*, Lexington, MA. Heath Lexington Books.
- Piore, Michael, 1979, *Birds of passage: Migrant labor and industrial societies*. Cambridge University Press.
- Piore, Michael y Peter, B. Doeringer, 1983, "Los mercados internos de trabajo", en A. Toharia, comp., *El mercado de trabajo, teorías y aplicaciones*, Madrid, Alianza Madrid, pp. 341-368.
- Portes, Alejandro y Robert, L. Bach, 1985, *Latin Journey: Cuban and American immigrants in the United States*, Berkeley y Los Angeles, California. University of California Press,
- Portes, Alejandro y Robert, Manning, 1986, "The immigrant Enclave: Theory and empirical examples", en Susan Olzak y Joane Angel eds., *Competitive Ethnic Relations*, Nueva York, Academic Press.
- Portes, Alejandro, 1995, "Economic Sociology and the Sociology of Immigration: A Conceptual Review" en Alejandro, Portes ed., *The economic sociology of immigration: Essays on networks, ethnicity and entrepreneurship*, Nueva York, Russell Sage Foundation.
- Portes, Alejandro y Kenneth L. Wilson, 1996, "Immigrant enclaves: An analysis of the labor market experiences of Cubans in Miami", en R. Cohen ed. *The sociology of migration*, Cheltenham UK, Brookfield US. E. Reference Collection.
- Pyong Gap Min, 1996. *Caught in the middle: Korean communities in New York and Los Angeles*. Berkeley and Los Angeles, California. University of California Press.
- Pyong Gap Min & Mehdi Bozorgmehr, 2000, "Immigrant Entrepreneurship and Business Patterns: A Comparison of Koreans and Iranians in Los Angeles", *International Migration Review*, vol. 34, núm. 3, pp. 707-738.
- Raijman, Rebeca y Marta Tienda, 2000, "Training Functions of Ethnic Economies: Mexicans Entrepreneurs in Chicago". *Sociological Perspectives*, vol. 43, núm. 3, pp. 439-456

- Rath, Jan y Robert Kloosterman, 2000, "Outsider's business: A critical review of research on immigrant entrepreneurship", IMR. vol. 34, núm.3, pp. 657-681.
- Rex, Tom, 2000. "Development of metropolitan Phoenix: Historical, current and future trends". Arizona State University, Tempe, Arizona, August, pp. 1-20, en <http://wpcarey.asu.edu/seidman/ccpr/PDFs/development.pdf> , consultado el 13 de noviembre de 2009.
- Richtermeyer, Gwen, 2002, "Minority Entrepreneurs, a review of current literature", Business Research and Information Development Group, MissouriBusiness.net your success is our business, October 21, pp. 1-30, en http://www.missouribusiness.net/bridg/minority_entrepreneurs_review.pdf, consultado el 22 de septiembre de 2009.
- Sassen, Saskia, 1993, *La movilidad del trabajo y del capital. Un estudio sobre la corriente internacional de la inversión y del trabajo*, España, Ministerio del trabajo y seguridad social.
- Sassen, Saskia, 1998, *Globalization and its discontents. Essays on the new mobility of people and money*. New York, New Press.
- Staring, Richard, 2000, "International migration, undocumented immigrants and immigrant entrepreneurship", en J. Rath ed. *Immigrant Business, the economic, political and social environment*, University of Warwick, Center for research in ethnic relations.
- Storey, D. John, 1994. *Understanding the small business sector*. London & New York: ROUTLEDGE.
- Suarez, Aguilar E. y M.A. Rivera Ríos, 1994, *Pequeña empresa y modernización: análisis de dos dimensiones*. Cuernavaca, Morelos: UNAM-CRIM.
- Thurow, L.C. 1978. "El precio del capital humano", en Thurow, L.C. (ed.), *Inversión en capital humano*, México: Editorial Trillas, pp. 43-59.
- US Census Bureau 2008. "American Community Survey 2008". United States of America, en www.census.gov, consultado el 15 de junio de 2008.
- US Census Bureau & Business Quick Facts 2002 "Arizona Quick Facts". United States of America, en <http://quickfacts.census.gov/qfd/states/04000.html>, consultado el 19 de Noviembre de 2008.
- Valenzuela, Basilia, 1993. "Los pequeños negocios de jaliscienses y michoacanos en New Rochelle, Nueva York", en Jesús Arroyo y David E. Lorey comp. *Impactos Regionales de la Apertura Comercial*, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, UCLA program on México.
- Valenzuela, Basilia, 2003, "La geografía de los empresarios de origen mexicano en estados Unidos. (Su localización en estados y ciudades estadounidenses entre 1987 y 1997)", *Carta Económica Regional*, año 15, núm. 83, pp. 21-31.

- Valenzuela, Basilia y Margarita Calleja, 2009, *Empresarios migrantes mexicanos en Estados Unidos*, México, CUCEA-Universidad de Guadalajara.
- Valenzuela, Blas, 2007, *Economías étnicas en metrópolis multiculturales. Empresarialidad sinaloense en el sur de California*. México, Plaza y Valdez.
- Waldinger, Robert, 1984. "Immigrant Enterprise in the New York Garment Industry". *Social Problems*, vol. 32, núm. 1, pp. 60-71
- Waldinger, Robert, 1986. "Immigrant Enterprise. A critique and reformulation". *Theory and Society*, vol. 15, núm. 1, pp. 249-286.
- Waldinger, Robert, 1990, "Opportunities, Group Characteristics, and Strategies" en Waldinger *et al* coord. *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*, Sage, Newbury Park.
- Waldinger, Robert, Howard Aldrich y Robin Ward. 1985. "Ethnic Business and Occupational Mobility in Advanced Societies, *Sociology*, vol. 19, núm. 4, pp. 586-597.
- Waldinger, Robert, Howard E. Aldrich y R. Ward. 1990. *Ethnic Entrepreneurs*. Newbury Park, SAGE PUBLICATIONS.
- Waldinger, Robert y Howard E. Aldrich. 1990. "Ethnicity and entrepreneurship". *Annual Review Sociology*, vol. 16, pp.111-135.
- Wilson, Kenneth & Alejandro Portes. 1980. "Immigrant enclaves: An analysis of the labor market experiences of Cubans in Miami". *American Journal of Sociology* vol. 86, pp. 295-319.
- Yago, G. & A. Pankratz. 2000. "The minority business challenge", Milken Institute and Minority Business Development Agency - U.S Department of commerce, September 25, pp. 1-73, en <<http://www.milkeninstitute.org/pdf/minbus2.pdf>>, consultado el 6 de noviembre de 2008.
- Zhou, Min. 2004. "Revisiting ethnic entrepreneurship: convergences, controversies and conceptual advancements", *IMR*, vol. 38, núm. 3, pp. 1040-1074.

ANEXO 1: Apartado de la encuesta (EHMPA) que cuestionó a los integrantes del hogar sobre la propiedad de negocios.

NEGOCIOS PROPIEDAD DE LOS INTEGRANTES DEL HOGAR (si no hay negocios, por favor anote que “no hay negocios”, cruzando o tachando todas la columnas)										
	12.1 Giro del negocio	12.2 Propietario del negocio	12.3 ¿Quién atiende el negocio?	12.4 Año de apertura	12.5 Ubicación	12.6 Numero de emplea- dos	12.7 ¿Tiene empleados mexicanos	12.8 ¿Tiene empleados sinaloenses?	12.9 Número de familiares que trabajan en el negocio (si aplica)	12.10 ¿Es el negocio el ingreso principal del hogar?
		01 Jefe de familia 02 Esposa (o) 03 Hija (o) 04 Hijastra (o) 05 Hermana (o) 06 Padre/madre 07 otro familiar 08 amigo que habita el hogar 09 sociedad 10 No sabe	01 Jefe de familia 02 Esposa (o) 03 Hija (o) 04 Hijastra (o) 05 Hermana (o) 06 Padre/madre 07 otro familiar 08 amigo que habita el hogar 09 empleado (s) 10 No sabe		01 El hogar 02 Local propio 03 Local rentado 04 local prestado 05 otro (especifique)		01 Si 02 No 03 No sabe	01 Si 02 No 03 No sabe	01 Si 02 No 03 No sabe	
1										
2										
3										
4										

ANEXO 2: Guión de entrevista

Perfil sociodemográfico e historia laboral del entrevistado

En origen

1. ¿Cuál es su nombre completo?
2. ¿Cuántos años cumplidos tiene?
3. ¿Es usted soltero, casado, viudo, divorciado o vive actualmente en unión libre?
4. ¿Dónde nació usted? (especificar estado, municipio y localidad)
5. ¿Creció también en ese mismo lugar o se fue a vivir a otro lado en alguna ocasión?
(hablar solamente de cambios ocurridos en origen)
6. ¿Hasta qué año llegó usted en la escuela?
7. ¿Dónde estudió usted la primaria, secundaria, preparatoria y universidad?
8. ¿Además de haber estudiado hasta X grado, estudió usted alguna carrera técnica?
9. ¿Recibió usted algún documento o papel que lo acredite por dicha carrera o curso?
10. ¿A qué edad comenzó a trabajar?
11. ¿Qué hacía en su primer trabajo?
12. ¿Por cuánto tiempo trabajo ahí?
13. ¿Por qué dejó ese empleo?
14. ¿Después de ese trabajo que otros empleos tuvo y que hacía en cada uno de ellos?
15. ¿Cuál fue su último empleo en México?
16. ¿En alguno de sus trabajos en México, usted aprendió algún oficio que le haya servido en la puesta en marcha de su negocio?

En destino

17. ¿Antes de venir a EU por primera vez, cuantos familiares tenía usted que ya vivían acá?
18. ¿A qué localidad, ciudad y/o estado llegó usted por primera vez aquí en Estados Unidos?
19. ¿Particularmente en esa ciudad, tenía usted algún familiar, amigo o paisano?
20. ¿Cuál fue el motivo por el que usted decidió venirse por primera vez a EU?
21. ¿Quien le ayudó a venirse a EU por primera vez?
22. ¿Qué tipo de apoyo y/o ayuda recibió para venir a EU por primera vez?
23. ¿Con quien se quedó/vivió cuando vino por primera vez a EU?
24. ¿Por la ayuda recibida usted tuvo que dar o hacer algo a cambio?
25. ¿Quien le ayudó a venirse a EU esta última vez?
26. ¿Cuál fue el motivo por el que usted decidió regresar a EU una vez más?
27. ¿Qué tipo de ayuda recibió para venir a EU esta última vez?
28. ¿Con quien se quedó/vivió cuando vino a EU por última vez?
29. ¿Por la ayuda recibida usted tuvo que dar o hacer algo a cambio?
30. ¿Cuál fue su primer trabajo en Estados Unidos?
31. ¿Qué hacía en ese trabajo?
32. ¿Por cuánto tiempo trabajo ahí?
33. ¿Porque dejó ese empleo?
34. ¿Después de ese trabajo, que otros empleo tuvo y que hacía en cada uno de ellos?
35. ¿Cuál fue su último empleo en Estados Unidos? ¿A que se dedicaba? ¿Cuánto tiempo trabajó ahí? ¿Por qué dejó ese empleo?
36. ¿En alguno de sus trabajos en Estados Unidos, usted aprendió algún oficio que le haya servido en la puesta en marcha de su negocio?

Estudios en Estados Unidos

37. ¿Alguna vez ha estudiado en Estados Unidos?
38. ¿Que ha estudiado? ¿Por cuánto tiempo?
39. ¿Entiende usted inglés?
40. ¿Habla usted inglés?
41. ¿Qué tanto usa el inglés en la casa, en su trabajo, con sus amigos, en su barrio?
42. ¿Dónde y cómo aprendió el inglés?

Acerca del negocio

43. ¿Qué negocio tiene usted?
44. ¿Platíqueme de cómo fue que nace la idea de convertirse en ¿? ¿O de poner este negocio?
45. ¿Cuál fue el motivo por el cual usted se decidió por este tipo de negocio (taller, restaurant, estética, etc.) y no por otro?
46. ¿Para poner en marcha su negocio usted recibió algún tipo de apoyo o ayuda por parte de algún familiar, amigo o paisano?
47. ¿Cuál fue el apoyo o la ayuda recibida? Apoyo en la apertura, ampliación o mejoramiento del negocio, venta o distribución de productos, etc.
48. ¿Por la ayuda recibida usted tuvo que dar o hacer algo a cambio?
49. ¿Siente usted que a medida que pasa el tiempo le va mejor trabajando por su cuenta, o es que ahora considera que esta peor que antes?
50. ¿Cree usted que le va mejor trabajando por cuenta propia que para una compañía?

Acerca de los empleados

51. ¿Cuántos empleados tiene actualmente en su negocio?
52. ¿De esos empleados cuantos son mexicanos?
53. ¿De sus empleados, cuántos son familiares?
54. ¿Ha traído de México a algún familiar o amigo para trabajar con usted en su negocio?

Otros apoyos recibidos

55. ¿Además del apoyo recibido por familiares, amigos o paisanos (si es que lo recibió) en la creación de su negocio, recibió usted algún tipo de apoyo por parte de algún programa de fomento a los pequeños negocios, de alguna dependencia del gobierno estadounidense o de alguna ONG?
56. Si la respuesta es sí, ¿qué tipo de apoyo o ayuda recibió y de quien fue dicha ayuda?
57. Si la respuesta es no, ¿sabe usted de la existencia de algún tipo de programa que apoye o fomente la creación de pequeños negocios aquí en Phoenix o Arizona?

ANEXO 3: Listado de personas entrevistadas por la alumna Bribilia Cota Cabrera en la fase de trabajo de campo realizada en Phoenix, Arizona durante noviembre y diciembre de 2008 y enero-marzo de 2009.

- Medina, A.
- Torres, A.
- Flentge, A.
- Orduño, A.
- Vega, C.
- Herrera, E.
- Mondragón, E.
- Rodríguez, F. F.
- Rodríguez, F.
- Moreno, G.
- Ramos, G.
- Camacho, H.
- Valenzuela, R.
- Camacho, T.
- Becerra, V.
- Ortiz, F.
- Costales, G.
- Hayden, M.
- Galindo, I.
- Ruiz, J.A
- Vega, J.
- Díaz, J.
- Ramírez J.L.
- Rodríguez, J.
- López, M.
- Villarreal, M.
- Bustos, E.
- Díaz, O.
- Escalera, R.
- Barraza, R.
- Montoya, S.
- García, B.
- Ochoa, Y.
- Ávalos, R.
- Ortiz, J.
- Villalobos, V.

.
.