

LAS EMPRESARIAS MEXICANAS MIGRANTES EN LOS ESTADOS UNIDOS (*)

MEXICAN MIGRANT WOMEN ENTERPRISERS IN THE UNITED STATES

*Patricia Rodríguez López(**)*

Universidad Nacional Autónoma de México, México (DF), México

Resumen: Este trabajo trata sobre las mujeres empresarias migrantes mexicanas, la preponderancia que estas tienen en la expansión y cohesión de las comunidades mexicanas en los EUA. Se presentan las características económicas de las empresas que tienen como dueñas a estas mujeres, bien como las características económicas de estas empresas. Las empresarias migrantes mexicanas han aumentado en número y muchas de ellas se han convertido en un referente de éxito económico y social para las comunidades de migrantes mexicanos, principalmente a partir de proporcionar empleo, así como cubrir la demanda de bienes y servicios étnicos a sus compatriotas.

Palabras claves: Migración mexicana; Mano de obra femenina; Emprendedorismo.

Abstract: The objective of this paper is to present the results of a research about Mexican women with entrepreneur activities that develop their business activities in the EUA. In this paper, it is presented the economic characteristics of such companies, characteristics such as the kind of products they offer, the size of the companies, the kind of employment they offer. The importance of this research is due to the growth in the amount of companies run by this kind of Mexican women, the success of many of these companies and the impact, both economic and social, that these companies have in their community.

Keywords: Mexican migration; Female labor; Entrepreneurship.

(*) Este trabajo forma parte de los resultados del Proyecto CONACYT, Experiencia empresarial transfronteriza, repatriación de capitales para el desarrollo. Agradezco el apoyo de los alumnos becarios; Miguel Ángel Martínez; Jorge Elias Chagoyan Maldonado.

(**) Maestra, investigadora del Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). E-mail: <patrod@unam.mx>. Recibido en: 04.10.2013, aceptado en: 10.06.2014.

1 INTRODUCCIÓN

Las mujeres migrantes mexicanas que deciden ser empresarias en los Estados Unidos de Norteamérica (EEUU) son cada día más numerosas y dado su papel en la cohesión de la estructura familiar y social, éstas se han convertido en un factor de consolidación y reproducción de las comunidades mexicanas en aquel país. Actualmente la migración de México hacia los Estados Unidos es la más numerosa del mundo, lo que ha consolidado magnas comunidades que en el día a día demandan bienes y servicios étnicos, por lo que las empresas de dueños mexicanos que intentan cubrir esta demanda se han acrecentado en los últimos años, existiendo mayor movimiento de intercambio comercial y financiero, muchas veces informal e ilegal, entre las comunidades de paisanos y las regiones de origen. En general se aceptan las hipótesis teóricas del nicho de mercado étnico y de las economías de enclave étnico.

El aumentado de mujeres mexicanas que deciden invertir en algún negocio se observa también como un medio de alcanzar sus objetivos económicos y sociales por los que decidieron emigrar. Estos negocios los inician como forma de autoempleo, con ahorro individual o familiar, después de trabajar en puestos para migrantes, de baja calidad y de salarios en los Estados Unidos. Algunas de ellas no sólo logran ser exitosas económicamente en el mercado étnico, sino que incluso lo rebasan y cubren necesidades de otros sectores y otras razas.

De las características comunes a enunciar de estas empresas es que son pequeñas, que logran tener bajos costos de producción al contratar en condiciones desventajosas a familiares y trabajadores migrantes, que producen para el mercado étnico y al ser dueñas de alguna empresa o negocio logran reconocimiento y poder por lo que deciden permanecer en aquel país e inician procesos de legalización así como de integración familiar para respaldar la continuidad de sus empresas. Pero aun así, siempre se mantienen ligadas a la comunidad mexicana migrante y con su región de origen.

Este trabajo ubica las características económicas y sociales de las empresas de mujeres migrantes mexicanas en el contexto del total de las empresas de los Estados Unidos por sexo y raza, considerando las estadísticas oficiales. En estas se observa cómo las empresas de mujeres mexicanas han crecido más rápido que el total. También se reportan algunos de los resultados numéricos obtenidos de encuestas y entrevistas que se levantaron durante el desarrollo del proyecto de investigación; *“Experiencia empresarial transfronteriza, repatriación de capitales para el desarrollo”*. Dichos resultados se obtuvieron considerando al final 30 encuestas y entrevistas específicas a mujeres empresarias mexicanas (de un total de 90) de tres ciudades de los Estados Unidos; Chicago, Houston y Los Ángeles.

La selección de la muestra se apoyó en la ponderación por ciudad y evaluación de diversos datos⁽¹⁾ y criterios, tales como sector y rama de actividad económica con mayor número de empresas propiedad de mexicanos, número, tipo de empleados y trabaja-

(1) Dicha evaluación se basó en la información estadística proporcionada por la Encuesta a Dueños de Negocios, que forma parte del Censo Económico que levanta cada cinco años, la Oficina de Estadísticas de Estados Unidos.

dores contratados, volumen de ventas y tasas de crecimiento de diversas variables. Las encuestas arrojaron los datos duros reportados y las entrevistas abiertas, arrojaron datos cualitativos para el análisis. Uno de los objetivos de incluir entrevistas fue comprender la perspectiva de la empresaria sobre los ejes temáticos de la investigación.

El trabajo está integrado por seis secciones; la primera es esta introducción. La segunda, corresponde a un marco analítico compuesto por tres de las principales teorías que explican el fenómeno empresarial migrante. La tercera trata la evolución y condiciones generales de la migración femenina mexicana y su inserción actual a la sociedad estadounidense. La cuarta analiza algunas variables estadísticas oficiales sobre las firmas de mujeres mexicanas en los EEUU. La quinta sección muestra los resultados de entrevistas a empresarias migrantes de las tres ciudades norteamericanas. En la sexta se presentan algunas conclusiones.

2 TEORÍA DE LAS EMPRESARIAS MIGRANTES

Existen diversas teorías sobre los empresarios migrantes, pero escogimos y resumimos tres de ellas al considerarlas más desarrolladas, por diversos autores, y más cercanas a nuestro análisis (GREY, RODRÍGUEZ y CONRAD, 2004), (PORTES y RUMBAUT, 2011), (VALENZUELA, 2009). A través del tiempo tanto en extensión como en profundidad, estas teorías básicamente estudian y explican los resultados obtenidos por parte de los migrantes y las propias naciones receptoras, ante la forma en que se han insertado los y las migrantes. Las condiciones que deben enfrentar estas poblaciones para vivir en este país.

En muchas ocasiones ante su fracaso de insertarse exitosamente en el mercado laboral, los migrantes optan por convertirse en empresarios étnicos. Lo anterior tiene que ver con la cultura a la que pertenecen, su historia familiar, su capital humano y sobre todo el apoyo de la comunidad a la que se integran como migrantes no legales, etc. Estas teorías están más relacionadas con el análisis sociológico que con la teoría económica sobre los empresarios.

Se presentan de manera resumida cada una de estas teorías, especificando que las hipótesis de la teoría “*del nicho de mercado étnico*” y la de “*economías de enclave étnico*”, logran explicar de manera más profunda, el proceso actual por el que pasan muchas de las mujeres migrantes para convertirse en empresarias mexicanas migrantes.

I. *La teoría de la minoría intermediaria*, expone a los empresarios inmigrantes que se sienten atraídos hacia ciertos tipos de sectores económicos con el fin de ganar dinero rápidamente. El objetivo del inmigrante en el país receptor, es hacer dinero para enviar a sus familias que se quedaron en el país de origen, o para tener suficiente dinero cuando él regrese. Por lo tanto, los inmigrantes que son residentes temporales están dispuestos a trabajar por cuenta propia, en las industrias donde los costos iniciales de la inversión son relativamente bajos, la competencia es mínima, el capital puede aumentar de forma rápida y los activos ser liquidados con facilidad, por el deseo de recaudar dinero y luego regresar a su país.

Estos propietarios inmigrantes empujan la libre explotación de ellos y sus familias, trabajando turnos largos por bajos salarios, con el fin de acumular rápidamente dinero. En la teoría de la minoría intermedia de un grupo de inmigrantes, sirve como un medio entre una élite económica y un grupo de menores ingresos. La competencia de estas empresas de migrantes, puede provocar la hostilidad de los empresarios nativos y los trabajadores negativamente afectados. Además la prevalencia de muchas empresas de inmigrantes de este tipo en una actividad económica dentro de una comunidad (comestibles o ropa) puede llevar a una colusión real en precios y afectar negativamente, por falta de competencia, a los residentes de bajos ingresos y a las empresas de inmigrantes de más largo plazo.

II. *La teoría del nicho de mercado étnico*. Se basa en la idea de que el empresariado inmigrante se concentra en nichos de mercado y por lo tanto, en estrategias étnicas. Estas estrategias emergen de la interacción entre las estructuras de oportunidad y las características étnicas de los inmigrantes. Deben existir oportunidades en la economía de la sociedad de acogida, que deben observar los empresarios inmigrantes, estas incluyen condiciones de mercado y acceso a la propiedad.

Las condiciones del mercado están compuestas por los consumidores étnicos, mercados étnicos, mercados nicho y no étnica o abierta. Este tipo de mercado a menudo surge cuando las empresas no-inmigrante no son capaces de satisfacer las demandas de los consumidores de un grupo étnico/inmigrante con productos tales como alimentos, ropa o servicios, tales como envío de dinero o bienes étnicos. Los mercados étnicos son también mano de obra con bajos ingresos, por lo que muchas veces estas empresas no son deseables, pero crean oportunidades de negocio para los migrantes. Por último, los mercados de nicho étnico pueden tener la inestabilidad de los consumidores ya que las demandas cambian continuamente. Los empresarios inmigrantes suelen entrar a través del tiempo en los mercados no étnicos o abrir sucursales cuando las condiciones de demanda permiten su acceso.

III. *Teoría de las economías de enclave étnico*; viene de una perspectiva del mercado laboral para explicar por qué los inmigrantes buscan trabajo por cuenta propia. Los trabajadores migrantes, se enfrentan a un mercado laboral de dos niveles. El primer nivel o mercado laboral primario, es de puestos de trabajo basados en la educación, credenciales y experiencias del trabajador. Estas plazas de trabajo son llamadas puestos de trabajo principales dado que sus salarios son altos, obtienen progreso económico y profesional, se basan en el desempeño individual. El segundo nivel o mercado secundario, es típicamente un mercado de bajos salarios, con pocas oportunidades de promoción económica o profesional. Inmigrantes y minorías son a menudo relegados a este mercado laboral, debido a su condición de migrante, por su falta de conocimiento del idioma o su falta de conocimientos. Dado que el mercado secundario ofrece limitadas oportunidades económicas para los migrantes y el mercado primario no es accesible, los migrantes establecen un enclave étnico que tiene una economía alternativa. Un enclave étnico es una concentración geográfica de los negocios étnicos proporcionando una variedad de actividades económicas. Las empresas en el enclave sirven a la comunidad migrante en el enclave y la economía, se basa en el punto de vista de que los empresarios inmigrantes

suelen encontrar en la creación de empresas oportunidades dentro de las comunidades de inmigrantes y de sectores empresariales abandonados. Muchos de estos empresarios migrantes, de manera sencilla, son fácilmente capaces de acceder al capital financiero, social y humano en su enclave étnico (GREY, RODRÍGUEZ y CONRAD, 2004).

3 MARCO GENERAL DE LA EMIGRACIÓN FEMENINA MEXICANA

La mayor migración internacional de todos los tiempos se ha realizado por parte de la población mexicana hacia los Estados Unidos, para el año de 2011, se contabilizaron oficialmente cerca de 12 millones de personas mexicanas en aquel país, de las cuales las mujeres representaban 47%. Considerando el total de mujeres que emigran a Estados Unidos de otras razas (Latinas, Asiáticas, Europeas y otras) se observa que las mexicanas son mayoría en números absolutos pero no en relativos, lo que se explica porque anteriormente y por tradición, los hombres (como proveedores) eran quienes migraban para ir a trabajar y mandar dinero y las mujeres permanecían en sus comunidades administrando las remesas para criar a los hijos y cuidar a los padres. Es interesante observar que a diferencia de las mexicanas, las migrantes asiáticas han sido mayoría relativa, por lo menos de 2005 a 2011.

Actualmente el número de mujeres mexicanas que emigran de manera individual e independiente está en franco aumento, aun cuando el número de viajes más importante es por solicitud de reagrupación familiar (tanto de mexicanas como de otras razas) por parte de una persona del sexo masculino, que son los que tienen estatus legal en los EE.UU. La estadía legal de las personas reagrupadas depende básicamente de una persona, en general del esposo y/o el padre, es decir el centro de este tipo de migración legal lo define la estructura patriarcal (ROBERT Y LÓPEZ, 2008).

El aumento de la migración femenina mexicana presenta diversas especificidades, pero en mucho se explica por el éxito en la rapidez en que se insertan económica y socialmente a su nueva forma de vida. En parte este éxito responde a las condiciones determinadas por la globalización comercial y de servicios, que impone nuevas particularidades en la oferta y demanda de trabajo, tanto para los países expulsores como receptores de mano de obra. Donde las mujeres emigran de sus regiones para trabajar en actividades (generalmente de servicios) que se caracterizan por bajos salarios y malas condiciones laborales. Donde las trabajadoras migrantes no tienen ninguna posibilidad de recurrir a las leyes y normas laborales del país receptor, ya sea por su situación migratoria irregular, por su escaso capital humano, falta de dominio del idioma o por la propia competencia que existe entre la mano de obra femenina migrante.

En la mayoría de los casos éstas las mujeres se integran a labores de aseo (hogar y oficinas) al cuidado de personas mayores, niños, al comercio al menudeo, a la industria intensiva manufacturera y electrónica, a sectores agrícolas y al trabajo sexual. El mercado laboral femenino migrante también se explica por la diferencia demográfica y económica de EEUU y México. Para el año 2010, el 16.1% de la población estadounidense tenía más de 65 años, mientras para México sólo representaba el 6.6%. El PIB per cápita de EEUU fue de 56,000 dls. y de México sólo 16,000 dls. anuales (FIGUEROA y PÉREZ, 2011).

De forma sencilla, estas migrantes encuentran trabajo en lo que se ha llamado cadenas globales del cuidado. Es decir, ante la entrada masiva de las mujeres de los países desarrollados al mercado laboral, las tareas no remuneradas que realizaban anteriormente en sus hogares han quedado vacías, por lo que ahora en muchos casos son cubiertas con trabajo de mujeres migrantes de los países pobres, esto también es reflejo de la falta de atención pública a las necesidades de las mujeres en los países desarrollados como es la escasa inversión pública para el cuidado de los niños, ya que no existen suficientes guarderías o son muy costosas. Se crea así, una demanda laboral migrante con poco reconocimiento social, pobre, poco regulado, que impone límites a la movilidad económica hacia mejores entornos laborales.

El mercado de trabajo femenino migrante no es igual al de los hombres por sus características y especificidades de género; como son su especialidad “natural” al cuidado de la familia, los embarazos, la lactancia, el cuidado de sus hijos, etc. Los empleadores de otros sectores económicos, consideran de menor valor su trabajo y es menos favorable su contratación y permanencia en trabajos de más calidad, mejor remunerados y con expectativas de ascenso. Por lo tanto la integración de estas mujeres al mercado laboral formal y a la sociedad norteamericana, conlleva más tiempo y no forzosamente implica el anhelado bienestar económico, sino más bien las mantiene aisladas y marginadas.

Por el tipo de trabajo al que se insertan las migrantes conlleva a que exista una asimilación segmentada también para las segunda y más generaciones de mexicanas-estadounidenses y se reproduzca la discriminación laboral para esta población de los estados Unidos (PORTES y RUMBAUT, 2011).

4 LAS EMPRESARIAS MIGRANTES EN LOS ESTADOS UNIDOS

Considerando las dos secciones anteriores, se explica el incremento de mujeres migrantes mexicanas que se convierten en empresarias, arriesgando su ahorro individual o familiar. Primero, porque su principal incentivo para invertir en un negocio es forjar mejores condiciones económicas y de trato personal, para ella y para su familia, a los que podría acceder si continuara trabajando en el mercado laboral migrante. Está hipótesis es clara en el marco de la teoría de enclave étnico, ya que las comunidades mexicanas ofrecen una demanda étnica que permite a las mujeres emprendedoras integrarse de manera más exitosa que a la de permanecer en un trabajo secundario, donde su ingreso, movilidad y visibilidad es inexistente, dada su baja escolaridad y manejo del idioma inglés. Según el Fondo de Población de las Naciones Unidas, las mujeres migrantes que trabajan en Estados Unidos lo hacen en condiciones “*relativamente desfavorables*”. El 77.2% de ellas se emplea en el sector terciario — servicio doméstico, mantenimiento y otros servicios — y sólo el 22.8% a los sectores primario y secundario. A pesar de esto el dinero que perciben es mucho más alto del que podrían ganar en México (ROBLERO y ZUNINO, 2007).

Las migrantes mexicanas que instalan una empresa o negocio comercial en los EEUU, deben por principio, lograr imponer su decisión de ser propietarias de algún bien de capital (negocio, empresa o compañía) que implica independencia de su familia nuclear y/o ampliada para que acepten su actividad empresarial, ya que esto conlleva necesariamente a una visualización y aceptación pública como agente económico. En México, las empresarias son minoría ya que enfrentan limitaciones de aceptación familiar para emprender negocios; igualdad de trato en la evaluación de sus propuestas por parte de

las instituciones financieras privadas y gubernamentales para obtener permisos y créditos en términos y montos similares a las de cualquier empresario varón, porque el financiamiento femenino en México sólo está asociado al microcrédito, sobre todo al colectivo.

Además de otras limitaciones inherentes, como entender, manejar y enfrentar las leyes, normas y reglamentos para constituirse como propietaria de alguna empresa en los EEUU, así como desarrollar el conocimiento, cultura y experiencia en utilizar instrumentos financieros, pagar impuestos, pero también, dado que socialmente deben responder más a las necesidades económicas de sus familias, enfrentar las restricciones económicas por dedicar menor proporción de sus ahorros o ganancias a sus propias empresas. Por otra parte, se acentúan los problemas por contar con menos años de estudios, que conlleva desventajas de un menor capital humano y sobre todo la falta de dominio del idioma inglés.

Las empresarias migrantes mexicanas se concentran en negocios pequeños, casi siempre relacionados con su determinación de género y experiencias familiares. Sobre el conjunto de los casos, habitualmente emprenden como una estrategia de autoempleo o sobrevivencia económica, más que como una respuesta al mercado, aún cuando es clara su visión de aprovechar nichos o vacíos de mercados étnicos. Estas empresarias pueden caracterizarse como sujetos que inician sus negocios realizando todas las actividades productivas; ellas administran, buscan clientes y trabajan como empleadas.

Los datos del *Cuadro 01*, muestran que las empresas de mujeres en Estados Unidos, significaron más de una cuarta parte del total nacional para el 2007, con el 28.76%. Observando la propiedad de las empresas por razas, que se localizan en los EEUU, las mujeres afroamericanas son las que tienen mayor porcentaje relativo con un 47.44%, mientras que las dueñas hispanas de empresas participan en un 34.86%. Es importante resaltar que las empresarias de todas estas etnias han incrementado al doble su número de unidades en los últimos diez años (de 1997 al 2007). Las hispanas (donde las mexicanas son mayoría) pasaron de tener 337,708 a 787,914 empresas, es decir crecieron a una tasa del 133.31% en diez años. Lo que redundó en que una parte de mujeres mexicanas migrantes se están empoderando económica y socialmente al convertirse en empresarias, que les permite independencia, presencia y respeto en su comunidad. Lo cual les da la posibilidad única de ofrecer trabajo a otros emigrantes, muchas veces familiares que llegan para integrarse a sus familias, pero sobre todo a estas comunidades.

Número de empresas y porcentajes										
Total	Total de empresas en EEUU (a)	Empresas de mujeres en EEUU (b)	% b/a	Total de empresas en EEUU (c)	Empresas de mujeres en EEUU (d)	% d/c	Total de empresas en EEUU (e)	Empresas de mujeres en EEUU (f)	% f/e	Tasa de crecimiento 2002 al 2007
	1997			2002			2007			
EE. UU.	20.821.934	5.417.034	26,02	22.974.655	6.489.259	28,25	27.092.908	7.792.115	28,76	20,08
Hispanos	1.199.896	337.708	28,14	1.573.464	540.745	34,37	2.260.269	787.914	34,86	45,71
Blancos	17.316.796	4.487.589	25,91	19.899.839	5.580.162	28,04	22.595.146	6.359.063	28,14	13,96
Afroamericanos	823.499	312.884	37,99	1.197.567	547.032	45,68	1.921.864	911.728	47,44	66,67
Asiáticos	893.590	242.202	27,10	1.103.587	339.554	30,77	1.549.559	522.969	33,75	54,02

CUADRO 01

EMPRESAS TOTALES Y FEMINISTAS POR RAZA EN EE. UU. 1997, 2002 Y 2007

Fuente: Elaboración propia con datos del Departamento del Censo (US Census Bureaus)

5 ESTADÍSTICAS DE EMPRESARIAS MEXICANAS MIGRANTES EN ESTADOS UNIDOS

En cuanto al número total de empresas mexicanas en Estados Unidos éstas representaron para 2007, el 3.82% (1 035 920) del total (27 092 908), mientras que por sexo, las de mujeres mexicanas, en relación al total de las firmas de mujeres en Estados Unidos, fue de sólo 4.49 % (mayor proporción que la de los hombres con 4.13%) pero también existe un 2.42 % de propiedad compartida con varones.

Por otra parte, la mayoría de las firmas de mujeres mexicanas están consideradas en la clasificación “*SIN asalariados*”, 4.73% con respecto al total de empresas de mujeres de EEUU, mientras que “*CON asalariados*”, sólo representan el 2.67%, (contra el 2.36 de los hombres). Segundo lo *Cuadro 02*:

Genero del propietario	Empresas estadounidenses	Empresas mexicanas	Empresas estadounidenses	Empresas mexicanas
	Total de empresas		Porcentaje	
Número de empresas Con Asalariados				
Mujer	909.661	24.280	100	2,67
Hombre	3.230.075	76.086	100	2,36
Mujer/Hombre	1.050.232	18.867	100	1,80
Total	5.735.562	119.233	100	2,08
Número de empresas Sin Asalariados				
Mujer	6.882.453	325.584	100	4,73
Hombre	10.670.479	498.544	100	4,67
Mujer/Hombre	3.551.960	92.560	100	2,61
Total	21.357.346	916.687	100	4,29
Número de empresas Con y Sin asalariados				
Mujer	7.792.115	349.864	100	4,49
Hombre	13.900.554	574.630	100	4,13
Mujer/Hombre	4.602.192	111.427	100	2,42
Total	27.092.908	1.035.920	100	3,82

CUADRO 02
EMPRESARIOS MEXICANOS EN LOS ESTADOS UNIDOS, DE ACUERDO AL GENERO DEL EMPRESARIO, 2007

Fuente: Elaboración propia con datos de U.S. Census Bureau

* La sumatoria no forzosamente coincide

Considerando la variable ingreso de las empresas estadounidenses y de mexicanos diferenciados por sexo, se observa que las empresas mexicanas sólo obtenían el 0.52% del ingreso total de las empresas de los EEUU. Es decir, que aún cuando en número es mayor, su ingreso es menor. Lo que se explica porque las empresas de mujeres mexicanas están localizadas mayoritariamente en las firmas “*SIN asalariados*” que son pequeñas empresas donde se localizan las de autoempleo. Estas significan 3.51%, porcentaje mayor con respecto a las unidades productivas “*CON asalariados*” que sólo alcanza un 0.42%. Aquí se debe observar que son números macroeconómicos, pero reflejan características claves de estas unidades que permiten enmarcar sus especificidades, según lo *Cuadro 03*.

Genero del propietario	Empresas estadounidenses	Empresas mexicanas	Empresas estadounidenses	Empresas mexicanas
	Billones de dolares		Porcentaje	
Ingresos de empresas Con Asalariados				
Mujer	1014,37	18,5	100	1,82
Hombre	7909,15	87,04	100	1,1
Mujer/Hombre	20135,31	15,22	100	0,08
Total	29058,83	120,75	100	0,42
Ingresos de empresas Sin Asalariados				
Mujer	182,24	7,04	100	3,86
Hombre	569,05	23,04	100	4,05
Mujer/Hombre	221,41	4,1	100	1,85
Total	972,69	34,19	100	3,51
Ingresos totales de empresas Con y Sin Asalariados				
Mujer	1196,61	25,54	100	2,13
Hombre	8478,2	110,09	100	1,3
Mujer/Hombre	20356,72	19,32	100	0,09
Total	30031,52	154,94	100	0,52

CUADRO 03

INGRESOS DE EMPRESAS TOTALES Y MEXICANAS EN ESTADOS UNIDOS, DE ACUERDO AL GENERO DEL EMPRESARIO, 2007

Fuente: Elaboración propia con datos de U.S. Census Bureau

6 RESULTADOS DE LAS ENTREVISTAS EN TRES CIUDADES DE LOS ESTADOS UNIDOS

En esta sección se presenta una parte del desarrollo del Proyecto CONACYT “Experiencia empresarial transfronteriza, repatriación de capitales para el desarrollo”. Donde el objetivo fue el análisis de las experiencias empresariales de los migrantes mexicanos (hombres y mujeres) y el uso de los servicios financieros. En la realización de este proyecto y para lograr sus objetivos se instrumentó una metodología basada en entrevistas y encuestas en tres ciudades de los Estados Unidos; Los Ángeles, Houston y Chicago, la muestra está compuesta de 90 empresarios mexicanos migrantes en total (sin considerar el sexo), ponderados por sectores económicos, de acuerdo a los datos oficiales. Del total de las 90 encuestas y entrevistas, 30 resultaron ser mujeres que se convirtieron en empresarias ya viviendo en los Estados Unidos. Las entrevistas fueron abiertas y semiestructuradas, lo que implica que, aun cuando se conocía de antemano la información relevante que se deseaba conseguir y existía un guion se formularon preguntas abiertas. Este tipo de trabajo dio como resultado que las entrevistas no fueran del todo homogéneas, ya que se trataba de una conversación o una plática guiada y no de un interrogatorio; estos procedimientos otorgaron una significativa riqueza a la investigación, debido a que los

entrevistados tuvieron libertad y confianza para profundizar en los aspectos más importantes, para cada caso. La investigación estuvo a cargo de un equipo interdisciplinario de académicas y especialistas en las temáticas de migración, remesas, proyectos productivos, sector financiero, empresas y acceso a fuentes de financiamiento de la UNAM.

Los resultados obtenidos permiten corroborar de manera general los datos de los censos oficiales (presentados en las secciones anteriores) es decir que las empresas de las mujeres migrantes mexicanas son pequeñas empresas, esencialmente dirigidas a cubrir una demanda étnica, aun cuando existen firmas que crecieron y han rebasado su nicho de mercado y atienden demanda afroamericana y sajona.

Estas mujeres migrantes han obtenido empoderamiento social a partir de su decisión de convertirse en empresarias, el inicio y desarrollo de su actividad empresarial está explicada y enmarcada por las teorías de *nicho de mercado étnico* y las economías de *enclave étnico*. Ya que la mayoría iniciaron sus empresas como autoempleo, con base en sus experiencias personales o familiares, haciendo lo que saben, ofertando bienes y servicios que demanda su propia comunidad étnica. No encontramos realmente mujeres que tuvieran una visión económica de muy corto plazo que sólo pusieran negocios como forma de sacar rápidamente dinero para enviarlo a sus familias mexicanas.

Algunas veces, apoyadas por sus familias y esencialmente con ahorros previos de diversos trabajos en los Estados Unidos (no en México) muchas veces cubriendo dos o tres turnos diarios en el mercado laboral de los servicios del cuidado. La mayoría de sus empresas fueron fundadas como forma de alcanzar sus objetivos al emigrar, que se pueden enumerar en lograr mejoras económicas y sociales para ella y su familia, muchas de ellas pensando en regresar a México y algunas se fueron a los EEUU para integrarse a sus familias que habían emigrado previamente. La decisión de poner sus empresas, también significó, establecerse definitivamente en los Estados Unidos, independientemente de tener y mantener fuertes lazos familiares o sociales en México.

Estas mujeres están insertas en los sectores económicos donde predominan las pequeñas empresas familiares, tienen pocos empleados formales, pero generan un número importante de empleos por horas y de manera coyuntural para paisanos migrantes sin papeles, algunos de estos son familiares, amigos o conocidos. Se puede afirmar que cuando una mujer mexicana inicia un negocio, facilita la actividad laboral y empresarial para otras mujeres mexicanas, es decir que estas mujeres se apoyan entre sí

(...) la migración femenina ha resultado importante en el proceso de asentamiento especialmente en cuanto al papel de la mujer en la formación y reproducción del hogar en los lugares de destino, y a través de ello, en la consolidación de redes sociales y familiares que facilitan y promueven el asentamiento de la población mexicana, lo cual reduce los costos económicos de la inmigración y propicia un ambiente cultural y social que permite recrear, desde la cotidianidad, prácticas de reproducción social y económica de las unidades familiares (FIGUEROA y PÉREZ, 2011, p. 187).

Varias de las empresas de las mujeres entrevistadas fueron (y algunas todavía lo son) firmas económicamente exitosas, pero la crisis las llevo casi a la quiebra, 90% de

las entrevistadas afirma haberse visto afectada durante los años de 2010 a 2012. Esto se explica por diversas razones, entre las que sobresalen; el desempleo de la comunidad mexicana migrante, ya que su trabajo está localizado esencialmente en actividades como la construcción, el sector agrícola, comercio y servicios, etc.

De las 30 empresarias que entrevistamos el 73%, está concentrado en sólo tres de los diez sectores económicos definidos, que son: servicios profesionales (13.3%), comercio al menudeo (23.3%) y alojamiento y alimentos (36.7%). Todas estas actividades relacionadas estrechamente con los bienes y servicios cotidianos en la reproducción de las comunidades mexicanas en los Estados Unidos. Estas actividades van desde el asesoramiento legal, el acompañamiento en la utilización de servicios, la comunicación en español, servicios de cuidado, servicios de estética etc. Por otra parte está el comercio al menudeo relacionado directamente con la importación y venta de mercancías étnicas específicas, como son alimentos elaborados, frutas, especias, materias primas, vestidos, joyas, utensilios de cocina, objetos religiosos, artesanías, etc. En cuanto al sector de alojamiento y alimentos, este contabiliza a los restaurantes; de diverso tamaño, nivel económico y especialidad gastronómica. Este sector de alimentos es en donde las mujeres son más visibles ya que (aparezcan como propietarias o no) es donde tienen más experiencia por la elaboración de alimentos especializados por regiones mexicanas y donde muchos familiares las ayudan en la administración y desarrollo del negocio. Muchas veces, aún cuando no aparecen como dueñas, ya que son familiares varones quienes aparecen como propietarios, realmente ellas son las que toman las decisiones empresariales y por lo tanto consideramos que están subcontabilizadas en esta actividad. Según lo *Cuadro 04*.

De acuerdo a las entrevistas, la mayoría de ellas, 25 de 30 (83.3%) son pequeñas empresas, que declaran tener entre 0 y 10 trabajadores y sólo 5 firmas (16.7%), ocupan de 10 a 45 empleados. Del total de estas firmas, 20 de ellas reportan que sus trabajadores son familiares y 10 que no lo son. Esta información concuerda con los datos oficiales arriba presentados, pero conlleva también a reconocer que muchos de estos empleados por mujeres empresarias son familiares y/o trabajadores no legales que ganan por debajo del salario oficial y trabajan muchas horas.

Esto tiene dos partes; una es que este tipo de contratación baja costos vía salarios, se ocupan trabajadores que deben cubrir varios turnos, hay una sobreexplotación aceptada y justificada porque es un familiar o simplemente carece de “papeles” (no es legal). Pero por otra parte, a estas personas migrantes les es fácil integrarse inmediatamente al mercado laboral y por esa vía a la comunidad nativa. Una propietaria de restaurante, informo que ella prefiere trabajadores ilegales porque trabajan mejor, porque cuando logran tener papeles se vuelven problemáticos. Por otra parte, existe de manera generalizada la percepción o en algunos casos parece sólo un discurso, que como propietaria su deber es ayudar a los paisanos o familiares que llegan a conseguir trabajo, ya que ella o su familia llegó de la misma manera.

	Sector	%	% acumulado
1	Construcción	3,3	3,3
2	Comercio al mayoreo	3,3	6,7
3	Servicios de apoyo a negocios	3,3	10,0
4	Servicios educativos	3,3	13,3
5	Servicios culturales, deportivos y otros	3,3	16,7
6	Otros excepto gobierno	3,3	20,0
7	Industrias manufactureras	6,7	26,7
8	Servicios profesionales, científicos y tecnológicos	13,3	40,0
9	Comercio al menudeo	23,3	63,3
10	Servicios de alojamiento y alimentos	36,7	100,0
	Total	100,0	

CUADRO 04

DISTRIBUCIÓN POR SECTOR DE ACTIVIDAD ECONOMICA DE LAS FIRMAS DE MUJERES MIGRANTES MEXICANAS

Fuente: Resultados de las entrevistas por el proyecto CONACYT

Los negocios de estas empresarias responden al mercado étnico tanto por el lado de sus consumidores (su oferta), ya que 27 de las 30 empresas producen para el “mercado paisano”. Mientras que 20 empresarias demandan sus materias primas y servicios a proveedores mexicanos. Es decir, que existe un claro espacio étnico donde se genera una economía (producción y distribución) étnica. De alguna forma se traslada una parte del mercado interno mexicano, con la salvedad de que las empresarias y trabajadores pagan impuestos al gobierno estadounidense de manera formal que aquí en México, aun cuando no tengan papeles legales para desarrollar actividades productivas en aquel país, según lo *Cuadro 05*.

Emplea trabajadores familiares		Vende al mercado paisano		Compra a proveedores mexicanos		Número de trabajadores	
Si	No	Si	No	Si	No	0 a 10	11 a 50
20	10	27	3	20	10	25	5

CUADRO 05

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO DE EMPRESAS MIGRANTES MEXICANAS

Fuente: Elaboración propia con resultados de las entrevistas realizadas por el Proyecto CONACYT

En cuanto al uso de los servicios financieros, en general estas empresarias, iniciaron y desarrollaron esta cultura en los Estados Unidos, aun cuando algunas continúan utilizando algunos de estos servicios en México. La mayor utilización de estos servicios tiene justificación en las diferencias que existen entre los dos países del nivel de ingresos, de acceso a los servicios bancarios y financieros, pero también se explica por la baja escolaridad.

La encuesta arroja que 83.3% no usa servicios financieros, ni tiene hipotecas en México. Mientras que en los EEUU más del 80% cuenta con seguros y posee tarjetas de crédito y débito, pero 50.0% y menos deben hipotecas, tienen ahorros para su fondo de retiro y/o en fondos de inversión. Esta variable está correlacionada con el nivel de estudio (40.0 % reporta licenciatura), la edad (53.0% tiene entre 36 y 55 años), el estado legal (53.0% dice ser ciudadana estadounidense) y el tiempo de estancia en los EEUU (el 50.0% dijo haber emigrado hace 20 y 30 años atrás).

7 CONCLUSIONES

El aumento del número de mujeres mexicanas que emigran a los Estados Unidos de Norteamérica, es reflejo de varios factores como es la migración de mujeres más jóvenes, con mayor escolaridad y que de manera independiente a su familia, viajan para insertarse al mercado laboral de servicios del cuidado, aseando casas, cuidando niños y ancianos de aquel país. Esta migración ha consolidado grandes comunidades que demandan bienes y servicios étnicos, los cuales son cubiertos por emprendedores connacionales. En particular las empresas de mujeres migrantes mexicanas han aumentado más que de cualquier otra raza de las que llegan a los EEUU, esto ha permitido mayor crecimiento y consolidación. Las empresarias mexicanas, son mujeres que se empoderan y deciden invertir sus ahorros salariales en alguna empresa de bienes y servicios étnicos, en principio como una forma de autoempleo que les permita alcanzar sus ideales migratorios. Estas mujeres también alcanzan relevancia social en sus comunidades, ya que dan empleo a familiares o trabajadores migrantes que llegan sin papeles. Los resultados obtenidos por las encuestas y entrevistas fueron totalmente acordes a la información oficial de las estadísticas sobre las empresas de los Estados Unidos.

8 BIBLIOGRAFÍA

- FIGUEROA, Esther y PÉREZ, Francisco. El proceso de asentamiento de la migración México-Estados Unidos. *Papeles de población*, México, v. 17, n. 68, p. 161-198, abr.-jun. 2011.
- GREY, Mark; RODRIGUEZ Nora; CONRAD Andrew. Immigrant and Refugee Small Business Development in Iowa: A Research Report with Recommendations. *New Iowans Program University of Northern Iowa*, U.S.A., Noviembre de 2004. Disponible en: <<http://www.bcs.uni.edu/icili/PDFDocument/Immigrant%20and%20Refugee%20Small%20Business%20Report.pdf>> Acceso en: 21.02.2012.
- PORTES, Alejandro y RUMBAUT, Rubén. *Legados, la historia de la segunda generación inmigrante*. México: Miguel Ángel Porrúa, 2011.
- ROBERT, Elisabeth y LÓPEZ, Diana. Mujeres migrantes en el nuevo orden internacional. ¿Cómo las mujeres se ven especialmente afectadas por las crisis? En: *Tercer Encuentro sobre Remesas y Desarrollo: Crisis económica mundial y su impacto en el envío de remesas*, Santo Domingo, República Dominicana. UN-INSTRAW, 28 de Nov. 2008.
- ROBLERO Dora y ZUNINO Mariela. La creciente participación femenina en los fenómenos migratorios. *Mujeres que se van, mujeres que se quedan*, CIEPAC, Chiapas, México, n. 551, 2007. Disponible en: <<http://www.ciepac.org/boletines/chiapasaldia.php?id=551>> Acceso en: 12.02.2012.
- SURVEY OF BUSINESS OWNERS (U.S.A.). *Community Facts*. Olympia, 2002. Disponible en: <<http://factfinder2.census.gov>> Acceso en: 1.05.2012.

_____. *Community Facts*. Olympia, 2007. Disponible en: <<http://factfinder2.census.gov>> Acceso en: 01.05.2012.

VALENZUELA, Blas, Empresarios étnicos emergentes. Los restauranteros sinaloenses en el sur-centro de Los Angeles: surgimiento y condiciones de desarrollo. En: BASILIA VALENZUELA, Maria; CALLEJA PINEDO, Margarita (Compiladoras). *Empresarios migrantes mexicanos en Estados Unidos*. México: Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas, 2009.