

The logo for CienciaUAT, featuring the text "CienciaUAT" in a bold, orange, sans-serif font. The "U" is slightly larger and more prominent than the other letters.

CienciaUAT

ISSN: 2007-7521

cienciauat@uat.edu.mx

Universidad Autónoma de Tamaulipas

México

Peraza-Noriega, Brianda Elena; Mendoza-Guerrero, Juan Manuel
Economía étnica mexicana: ¿Factor de movilidad social y mejoramiento económico para
sus trabajadores?

CienciaUAT, vol. 10, núm. 1, julio-diciembre, 2015, pp. 32-46

Universidad Autónoma de Tamaulipas

Ciudad Victoria, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441943134003>

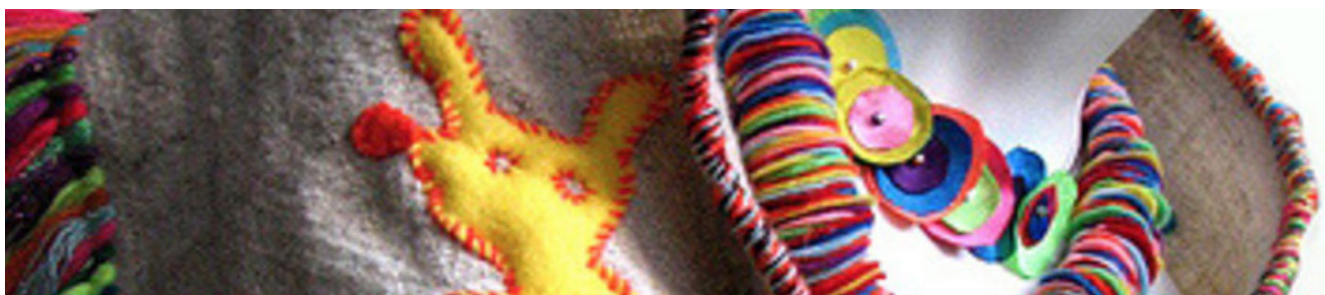
- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Tomado de: <http://impacto.mx/dinero/so3/abre-en-panam%C3%A1-sucursal-de-empresa-mexicana-de-dise%C3%B1os-%C3%A9tnicos>

Economía étnica mexicana: ¿Factor de movilidad social y mejoramiento económico para sus trabajadores?

Mexican ethnic economy: A factor for social mobility and economic improvement of their employees?

Brianda Elena Peraza-Noriega*
Juan Manuel Mendoza-Guerrero

Universidad Autónoma de Sinaloa.
Facultad de Ciencias Sociales,
Av. de los Deportes, s/n, Mazatlán,
Sinaloa, México, C.P. 82017.

*Autor para correspondencia:
bperaza@uas.edu.mx

Fecha de recepción:
29 de agosto de 2014

Fecha de aceptación:
30 de abril de 2015

RESUMEN

En el estado de California, Estados Unidos, existen zonas comerciales que emulan el ambiente de los mercados populares de las grandes ciudades mexicanas, ocasionado por la presencia de inmigrantes mexicanos, quienes encontraron en la economía étnica un espacio laboral, que al mismo tiempo sirve como medio para difundir su cultura gastronómica y musical, principalmente. El objetivo de este trabajo fue analizar los procesos económicos y culturales, asociados a los negocios étnicos, ubicados en Huntington Park y Lynwood, California, del área de los Ángeles, para conocer si la economía étnica es una plataforma de movilidad social ascendente para los mexicanos migrantes que trabajan para

los connacionales; además de valorar el papel de estos negocios en procesos de difusión y retención cultural. El principal instrumento metodológico fue la encuesta etnográfica, aplicada a 32 inmigrantes mexicanos que trabajaban en negocios étnicos e igual cantidad de trabajadores inmigrantes mexicanos que laboraban en otro tipo de negocios, pero ubicados en las ciudades de interés. También se aplicaron 61 cuestionarios a empresarios inmigrantes mexicanos. Los resultados confirmaron que estos negocios étnicos generan una rentabilidad económica atractiva para los dueños de las empresas; no así para los trabajadores, quienes obtienen bajos salarios. Aunque esta situación no favorece en lo general la movilidad

social ascendente para los trabajadores, existen casos excepcionales de inmigrantes que iniciaron como asalariados pero lograron convertirse en empresarios. Se concluye que aunque la economía étnica mexicana en Los Ángeles reproduce una falta de movilidad social, sigue siendo un espacio de oportunidad para los migrantes que ahí encuentran su primer empleo, además, en este mercado se recrea y difunde el español y la cultura material de los migrantes.

PALABRAS CLAVE: economía étnica, movilidad social, mejoramiento económico, trabajadores.

ABSTRACT

California has developed commercial areas that emulate the atmosphere of popular markets of large Mexican cities. These commercial areas have flourished due to the presence of Mexican immigrants, who found in the ethnic economy a space that serves as both, a place for working and a medium to spread mainly their gastronomic and musical culture. The aim of this study was to analyze the economic and cultural processes associated with ethnic businesses located in Los Angeles area, particularly Huntington Park and Lynwood, California. The research project has a twofold purpose. It firstly attempts to find out if the ethnic economy in the region is a platform for upward social mobility for Mexican migrants who work for their fellow citizens. Secondly, it attempts to assess the role of these businesses in processes of cultural dissemination and preservation. The main methodological tool was the ethnographic survey, administered to 32 Mexican immigrants working in the ethnic economy and to an equal number of Mexican migrant workers who worked in other businesses located in the same cities. Sixty one questionnaires were also applied to Mexican immigrant entrepreneurs. The results confirmed that these ethnic businesses generate attractive economic returns for business owners but not for the workers, who earn low wages. Although this situation prevents upward mobility for workers, there are exceptional cases of immigrants who started as employees but managed to become entrepreneurs. We conclude that although the Mexican ethnic economy in Los Angeles reproduces a lack of social mobility, it is still an area of opportunity for migrants who find their first job there. Additionally,

this market recreates and disseminates the Spanish language and the material culture of migrants.

KEYWORDS: ethnic economy, social mobility, economic improvement, workers.

INTRODUCCIÓN

Desde 1848, fecha en que se firmó el Tratado de Guadalupe Hidalgo entre México y los Estados Unidos, los mexicanos que quedaron atrapados por la cartografía militar, al norte de la nueva línea divisoria, se convirtieron, dice el historiador David Gutiérrez, en una minoría étnica, en relación a la sociedad dominante. En la medida que fue incrementándose el racismo y la discriminación, a lo largo del siglo XIX, los mexicanos del “otro lado” se transformaron en un grupo étnico situacional o circunstancial, al que siempre se les regateó su calidad de americanos. Todo esto reforzó su sentido y necesidad de construirse diferentes (Gutiérrez, 1995). A finales del siglo XIX, los mexicanos inmigrantes y aquellos que no lo eran, habían descubierto en la economía étnica un nicho importante para hacer negocios, basado en la producción y venta de productos traídos de México o inventados como propios. Las características que desde ese tiempo tomó esta economía étnica eran la venta en el idioma español, la atención personalizada, destacando valores como la familia y el amor a la patria mexicana. Los lazos de solidaridad emanados de esta economía, no solo tenían que ver con el hecho de que los inmigrantes mexicanos podían comprar en este mercado productos ya conocidos, sino que en dicha economía podían encontrar un empleo, ya sea como trabajador común o como dependiente de tienda. Los archivos de historia oral de las bibliotecas de California y de otros estados de la Unión Americana, dan cuenta de cientos de casos de migrantes mexicanos, cuyo primer trabajo fue en negocios propiedad de connacionales. El derrotero económico y de ajuste cultural de estos inmigrantes, mucho dependió de su contacto con estas economías étnicas.

Para Weber (2008), un grupo étnico es aquel colectivo cuyos miembros comparten una creencia de un pasado común debido a sus similitudes físicas o a sus costumbres, o ambas; o debido a memorias de colonización y migración. Los miembros

de un grupo étnico no necesariamente tienen que compartir un mismo origen sanguíneo. Por otra parte, la etnicidad es un tipo de grupo social con una agenda de intereses que, en el caso de los Estados Unidos, es resultado de la ausencia de claras divisiones de clase. Según Alba (1990), la etnicidad puede servir como principio de asignación social y como una forma de solidaridad social.

Tradicionalmente, a la economía étnica se le ha definido como: “aquel empleo creado por una minoría para sí misma, lo cual supone relaciones coétnicas dentro del mercado de trabajo” (Bonacich, 1973). Aunque yéndose un poco atrás, el término se desarrolla en las décadas de 1950 y 1960 por Becker (1956), Stryker (1959) y Blalock (1967); siendo posteriormente recuperado y actualizado para el estudio de la empresariedad inmigrante, gracias básicamente a los trabajos presentados por Bonacich (1973) y Riesco (2008). La economía étnica, de acuerdo a la definición anterior, incluye a cualquier persona inmigrante o integrante de una minoría étnica que sea autoempleado, empleador, trabajador asalariado y no asalariado. El contorno de una economía étnica, bajo esta lógica, está definido por raza, etnicidad u origen nacional, caracterizándose por adquirir ventajas en las relaciones entre propietarios de negocios y entre propietarios y trabajadores del mismo origen nacional (Logan y col., 1994; Light y Gold, 2000; Estrada, 2014).

Para Light y Karageorgis (1994), la economía étnica es toda empresa que es propiedad, está supervisada o atendida, por miembros de un grupo racial o étnico minoritario, independientemente del tamaño, tipo y concentración espacial. Investigadores de la economía étnica consideran que esta surge como resultado de una búsqueda de estrategias y mecanismos, por parte de los inmigrantes, en las sociedades receptoras, tanto para evadir el desempleo o el empleo precario, así como para escapar de la discriminación social y económica a la que constantemente se ven sometidos en el mercado general de trabajo (Bonacich, 1973; Bonacich y Modell, 1980; Light y Gold, 2000). Una economía étnica genera el empleo para minorías étnicas y de inmigrantes, creándoles su propio mercado de trabajo. La economía étnica es un tipo de espacio social que se distingue por la fijación de una identidad cultural de

quienes son los propietarios de los negocios y su potencial clientela, donde los empresarios son aquellas personas, titulares de los medios de producción, que ponen en juego para extraer de ellos beneficio económico o un valor de mercado por los bienes y servicios que ofrecen. Partiendo de ello y generalizando, el empresariado étnico incluye cualquier tipo de actividad económica que se encuentre fuera de la economía asalariada general (Garcés, 2011).

El concepto de economía étnica incluye los negocios que son propiedad de miembros del mismo grupo étnico en enclaves étnicos, así como a las empresas de propiedad o control étnicos en la economía general (Zhou, 2004a). El enclave relacionado a la temática, de manera general, se define como un grupo étnico inserto en otro y de características diferentes (Diccionario de la Lengua Española, 2012). Portes y colaboradores (Wilson y Portes, 1980; Portes y Bach, 1985; Portes, 1987), propusieron el concepto de enclave étnico en los ochenta, tanto para explicar las tasas altas de autoempleo entre los cubanos en Miami, como para subrayar la importancia de la concentración residencial, para mejorar la habilidad de los propietarios de pequeñas empresas que buscan capitalizar y beneficiarse de la estrecha relación coétnica (Valenzuela, 2010). La economía de enclave étnico tiene sus orígenes en la teoría del mercado dual de trabajo y evolucionó a partir de trabajos sobre la segmentación laboral (Averitt, 1968; Doeringer y Piore, 1971; Piore, 1972; Light y Gold, 2000), donde el concepto recoge otros elementos (Zhou, 2004b), como: la permanencia empresarial, en la que las actividades económicas no son exclusivamente comerciales, sino que también abarcan a actividades productivas destinadas a un mercado general; la variedad comercial, que supera la sucesión de los nichos laborales dejados por los nativos; así como, la variable territorial, esto es, las empresas deben estar concentradas en un área física determinada, donde también se ubican las redes (Wilson y Portes, 1980; Portes y Bach, 1985; Light y Bonacich, 1988; Waldinger, 1993; Logan y col., 1994; Logan y col., 2003; Arjona y Checa, 2006).

A la economía étnica, tradicionalmente se le ha concebido 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 futuras actividades empresariales (Waldinger y col., 1985; Waldinger, 1986; Waldinger y col., 1990; Bailey y Waldinger, 1991; Light y Karageorgis, 1994; Raijman y Tienda, 2000; Arjona y Checa, 2009). Se considera que un enclave étnico requiere de una concentración locacional de firmas, interdependencia económica y empleados, mientras que una economía étnica no requiere de todo ello (Light y Gold, 2000; Arjona y Checa, 2006). La economía étnica está definida tradicionalmente por las relaciones laborales coétnicas, incluido el autoempleo, independientemente de factores de localización geográfica propios del concepto de enclave. Bajo esta lógica, cualquier grupo étnico puede participar en una economía étnica, aún en ausencia de concentración residencial ó locacional de firmas.

La economía étnica representa una tercera variante en la segmentación del mercado de trabajo de los Estados Unidos de América, denominada “subeconomía étnica”, la cuál, tiende como principio organizativo a la etnicidad y en la que el colectivismo se considera como una estrategia adaptativa y los enclaves étnicos como una forma particular de incorporación de los inmigrantes en la sociedad huésped. El origen de este tipo de economías está relacionado con las barreras que minorías raciales y étnicas han enfrentado para entrar a los mercados de trabajo bien remunerados; además de la falta de un espacio para que los inmigrantes se inserten económicamente cuando su condición es de recién llegados. Mecanismos como un alto nivel de sindicalización y discriminación han evitado que mexicanos accedan a ocupaciones de alta remuneración. La economía étnica ha sido una válvula de escape contra estos mecanismos de exclusión laboral. Otra explicación del origen de estas economías étnicas, es el aprovechamiento de ventajas culturales que los empresarios tienen sobre quienes pretendan explotar este nicho de mercado, ya que un empresario coétnico tiene recursos étnicos (lengua, cultura) y capital social, que explican el surgimiento de los negocios (Martínez, 2007) y facilitan su éxito (Mateu, 2010; Péroud, 2010; Fernández y col., 2013). Una última razón de la existencia de este tipo de economías, es que el mercado étnico también es un sitio desde donde se crea y difunde la cultura, toda vez que este espacio implica procesos de

producción y consumo de bienes, de símbolos y de significados. El mercado puede facilitar el logro de una agenda cultural.

La preocupación común, compartida por los autores antes mencionados, es si la economía étnica permite o no la movilidad social ascendente de quienes laboran en ella. El concepto de movilidad social se refiere a la facilidad con la que una persona puede subir en la escalera socioeconómica de un país (Centro de Estudios Espinosa Yglesias, 2013). Cuando la movilidad social es limitada, son pocas las posibilidades de que alguien adquiera una mejoría económica en relación con los demás, independientemente de su capacidad individual, ya que la movilidad social se presenta en torno a un grupo determinado, y esta no se da dentro de un contexto meramente personal. En este sentido, algunos autores rechazan la hipótesis que considera que la economía étnica es un espacio de oportunidad para quienes laboran en él. Otros creen que esto se debe a lo poco proclive que son los hispanos en general y los mexicanos en particular, a ser empresarios, a pesar de que la filiación grupal los favorece porque su cultura alienta el desarrollo de redes sociales. Otros más, ven a la economía étnica como un freno, porque evita la integración a la sociedad dominante y al aprendizaje del idioma inglés (Lofstrom y Wang, 2007; Valdez, 2008; Fong y col., 2009; Xie y Gough, 2011; Sahin y col., 2012).

El objetivo del estudio fue analizar las características económicas y culturales, de los trabajadores asalariados mexicanos y sus patrones, en los negocios étnicos, propiedad de inmigrantes mexicanos, en las ciudades de Huntington Park y Lynwood, localizadas en el condado de Los Ángeles, California, para detectar si este tipo de economías étnicas son un espacio de movilidad social ascendente para sus miembros; además de valorar el papel de estos negocios en procesos de difusión y relación cultural.

MATERIALES Y MÉTODOS

La manera en que se genera el conocimiento sobre la economía étnica en este artículo en particular, es a través del estudio del fenómeno en dos ciudades californianas, elegidas porque en ellas se concentra uno de los mayores contingentes de inmigrantes mexicanos y uno de los conglomerados comerciales

más grandes que surten y emplean a mexicanos (Pe-
raza, 2012). Se parte del conocimiento de una reali-
dad particular, misma que pueda servir para hacer
generalizaciones sobre economías étnicas de otras
ciudades similares a las analizadas. Este método in-
ductivo está soportado por una investigación de cor-
te cualitativo, cuyos instrumentos principales son
las entrevistas y las encuestas etnográficas.

Entre mayo de 2011 y febrero de 2012, fecha en que
se hizo el trabajo de campo, se aplicaron 32 encues-
tas etnográficas a profundidad, a trabajadores in-
migrantes mexicanos que trabajaban en negocios
étnicos e igual cantidad de encuestas a trabajadores
inmigrantes mexicanos que laboraban fuera de estos
negocios. Los criterios para seleccionar a los trabaja-
dores encuestados era que trabajaran y vivieran en
las ciudades de Lynwood y Huntington Park, Califor-
nia, Estados Unidos (Figura 1). Los dos criterios para
determinar la selección de los negocios donde labo-
raban los trabajadores encuestados fueron su repre-
sentatividad, acorde a la demanda de productos étni-
cos y la ubicación geográfica de los mismos, donde se
buscó que coincidieran con el espacio residencial de
los 32 migrantes. Para los 32 restantes, el criterio fue
también que laboraran y vivieran en esas ciudades,
pero que no prestaran sus servicios a negocios étnicos.

Además, en las mismas ciudades, se aplicaron 61
cuestionarios en formato de encuesta, a empresa-
rios inmigrantes mexicanos que vivían en la zona de
estudio y eran propietarios de los negocios en el que
laboraban la totalidad de los trabajadores inmigran-
tes etnoencuestados en los establecimientos étnicos.
El criterio y el periodo de estudio para la aplicación de
este último instrumento fue el mismo que el primero.

Antes de iniciar la encuesta, se mostraba al en-
cuestado una identificación y carta de consenti-
miento avalada por la Unidad Académica en Estu-
dios del Desarrollo, perteneciente a la Universidad
Autónoma de Zacatecas. En ella se solicitaba de
manera respetuosa, información voluntaria re-
querida para llevar a cabo la investigación, garanti-
zándoles confidencialidad y veracidad, además de
asegurar escuchar con respeto las opiniones dadas
por los encuestados. Cada uno de los encuestados
dio su consentimiento verbal para ser entrevistado.

La encuesta etnográfica permitió conocer la trayec-
toria laboral y empresarial de los migrantes en las
dos ciudades californianas ya mencionadas, me-
diante un análisis comparativo entre los dos grupos
de trabajadores –los inmigrantes mexicanos que
laboraban en la economía étnica mexicana y los que
se desempeñaban como trabajadores en la econo-
mía general estadounidense– para obtener a detalle
un perfil socioeconómico de los migrantes que se
insertan a trabajar en los negocios étnicos y los que
deciden laborar en el mercado general, a fin de iden-
tificar la transición laboral de uno a otro, y así poder
detectar si la economía étnica estudiada constituía
un factor de movilidad social y/o progreso económi-
co para los trabajadores que la conforman, al com-
parar con los resultados obtenidos en el grupo de
trabajadores que laboraban en el mercado general.

La encuesta aplicada a los empresarios inmigrantes
mexicanos tuvo como finalidad conocer casos de
éxito en cuanto a la movilidad social ascendente.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

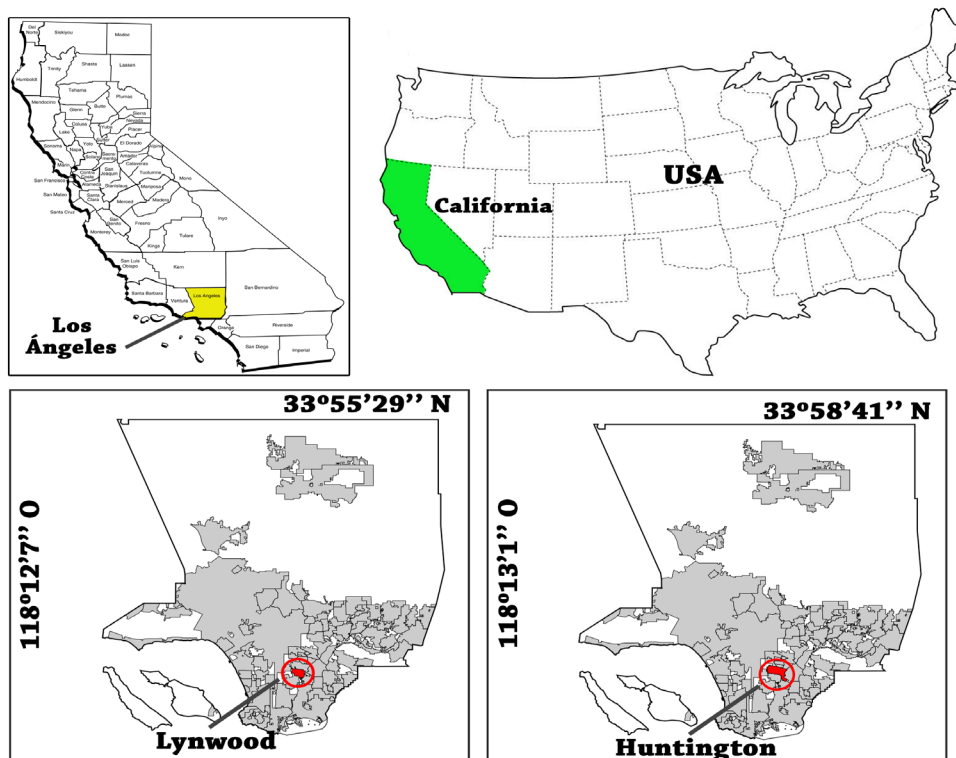
De acuerdo a los resultados obtenidos de este traba-
jo, el 28 % de los empresarios encuestados declara-
ron que al llegar a los Estados Unidos trabajaron en
la economía étnica mexicana. De estos, el 15 % tra-
bajó previamente como empleado en el mismo giro
de negocio del que hoy en día son propietarios.

La economía étnica puede servir como una espe-
cie de plataforma de lanzamiento para que sus in-
tegrantes accedan a la fase empresarial (Light y
Gold, 2000). Esta plataforma de lanzamiento signi-
fica una base de entrenamiento, como una especie
de periodo de preparación de condiciones, para que
el migrante posteriormente abra su propio negocio.
A este proceso algunos especialistas en el campo lo
denominan “escuela de emprendedores” (Waldin-
ger y col., 1985; Waldinger, 1986; Waldinger y col.,
1990; Light y col., 1994; Raijman y Tienda, 2000; Ar-
jona y Checa, 2006; 2009).

El 43 % de los empresarios mexicanos instalaron
sus negocios tras un plan de ahorro que se habían
trazado previamete como trabajadores, incluso des-
de antes de emigrar. Dato concordante con el estu-
dio presentado por Oso y Villares (2005), en el que

■ Figura 1. Ubicación geográfica de la zona que comprende las ciudades de estudio: Huntington Park y Lynwood, en el estado de California, Estados Unidos.

Figure 1. The geographical location of the area comprising the cities studied are located, namely: Huntington Park and Lynwood, in the state of California, United States.



Fuente: modificada a partir de Wikipedia.

se destaca que la mayoría de las argentinas y venezolanas residentes en Galicia, España, parte con la idea y hasta con los recursos, para montar un negocio.

El inmigrante inicia como trabajador en una economía étnica, y tras años de ahorro, emprende su propia actividad empresarial (Arjona y Checa, 2007; Peraza, 2012). Para aquellos que logran mejorar su estatus, la economía étnica se convierte en albergue laboral y empresarial.

Ninguno de los comerciantes encuestados había estado desempleado previamente. Arjona y Checa (2006), argumentan que el modelo empresarial en España no refleja al autoempleo como una salida de emergencia. Por lo que para estos investigadores, el autoempleo figura como una opción laboral para aquellos inmigrantes que resultan ser los más emprendedores, análogamente a lo que ocurre en el caso de la sociedad norteamericana.

Para Hum (2001), dentro del empresariado étnico existe por un lado, un grupo intermedio de pequeños propietarios que luchan por sobrevivir en el mercado competitivo y, por otro lado, una gran cantidad de

microempresarios sin mayores perspectivas de crecimiento, es decir, aquellos cuya única alternativa a su desempleo y miseria absoluta, es el autoempleo. En la misma tónica, Espinosa (2012), señala en su estudio del comercio polaco en la cuenca del Ruhr, que el autoempleo se ha convertido en una de las alternativas más viables al desempleo. Respecto al factor de autoempleo, Aguilera (2009), en su investigación sobre los autoempleados inmigrantes mexicanos en California y Texas, encontró que los mexicanos que se encuentran en economías étnicas, como autoempleados, ganan menos que aquellos que, trabajan en el mercado general, coincidiendo con los resultados de este estudio y el realizado por Logan y col. (2003).

La decisión de crear una empresa, por parte de los inmigrantes, es en parte consecuencia de la discriminación en el pago de salarios que sufren los inmigrantes, frente al resto de los trabajadores nativos en el mercado dual de una economía polarizada por la percepción salarial y que prospera mayormente en las llamadas ciudades globales, como es el caso de Los Ángeles (Sassen, 2007; Serra-del-Pozo, 2009). Otra razón para iniciar una empresa, descansa en el simple deseo de superación económica, lo cual en

algunas ocasiones está fijado como una meta previa, establecida desde antes de llegar a Estados Unidos, lo cual, en parte, contradice lo dicho por Hum (2001), en el sentido de que las empresas étnicas son resultados del desempleo del inmigrante. Light y Roach (1996), mencionan que la creación de empresas entre los migrantes se debe a una combinación de cohesividad social del colectivo y dificultades sociales. A través de esta propuesta se argumenta, que la dureza y frustración, que se experimenta en el mercado de trabajo ordinario, ocasiona que los inmigrantes en muchas circunstancias busquen oportunidades alternativas a través del autoempleo y del desarrollo de fuertes lazos económicos y sociales entre los miembros de su propia comunidad étnica. La construcción de estas redes sociales está reflejada en la economía étnica mexicana en Los Ángeles, al encontrarse que la mayor parte de los trabajadores encuestados durante el trabajo de campo de este estudio, dijeron haber conseguido empleo en una economía étnica a través de la ayuda de alguna red social (amigo, familiar o un paisano), que les hizo saber de la vacante. Como inmigrantes, estos comportamientos laborales aumentan su capacidad de competencia en el mercado de trabajo en el extranjero, al contar con su propio capital social; es decir, la información y con el apoyo de sus propias redes comunitarias como fuente de crédito, proporcionando una clientela fiel y leal para sus negocios y un suministro estable de trabajadores coétnicos (Díaz-Bretones y González, 2005). El capital social es sumamente importante, no solo para el desarrollo y el funcionamiento del negocio, sino para la incorporación laboral de sus miembros (Barros, 2007).

Para los neoliberales, la economía inmigrante limita las posibilidades de ascenso social de sus participantes, puesto que está formada exclusivamente por actividades étnicas dirigidas a atender una pequeña clientela coétnica, con mínimas o ninguna posibilidad de crecimiento, perpetuándose así la marginalidad del grupo (Borjas, 1990). Afirmación que puede tener razón, a excepción de los pocos casos de éxito de algunos empresarios mexicanos (en este estudio se detectaron dos casos de empresarios que declaran ganancias del orden de los 900 000 dólares mensuales), y no se deje de tomar en cuenta el potencial demográfico y económico

del mercado hispano, cuya población para 2006 era de poco más de 42 millones de personas, alrededor de un 30 % mayor que la población de Canadá, y representaba la quinta economía en el continente americano, solo después de los Estados Unidos, Canadá, México y Brasil (Olmedo, 2006). Su Producto Interno Bruto (PIB), ascendía a alrededor de los 700 mil millones de dólares, es decir, casi al equivalente del PIB de México en ese año (Olmedo, 2006).

Portes y Bach (1985), así como Light y Bonacich (1988), mantienen que los inmigrantes mexicanos son un grupo consignado al trabajo asalariado, es decir, no están destinados a ser empresarios. A este respecto, Raijman y Tienda (2000), están de acuerdo, aunque ellas no consideran esta situación como parte de algo primordial, sino que esto se debe a la poca capacidad de este grupo para movilizar recursos a lo largo de las líneas étnicas (el rol de las instituciones étnicas y las redes de capital social que permiten acceder a recursos financieros e insumos de información para la creación, mantenimiento y expansión de los negocios). Capacidad que sí la tienen los coreanos y los cubanos (Raijman y Tienda, 2000).

Para Zhou (2004b), lo que más importa al analizar el significado y las implicaciones prácticas de la iniciativa empresarial étnica, es que el empleo independiente es una mejor opción que el desempleo; genera oportunidades laborales para el individuo y a la vez para otros, dentro y fuera del grupo étnico; aporta recursos económicos para la familia; dota de poder a los miembros del grupo a través de la independencia económica y abre un camino viable para la movilidad social de los miembros individuales del grupo y para sus grupos en conjunto (Zhou, 2004b; Garcés, 2011). Como opción laboral, el autoempleo es altamente debatido por los proponentes de las principales teorías que dominan los estudios de migración en Estados Unidos (Piore, 1972; Bonacich, 1973; Portes y Bach, 1985; Waldinger y col., 1985; Waldinger, 1986; Sanders y Nee, 1987; Borjas, 1990; Waldinger y col., 1990; Waldinger, 1993; Min, 1996; Light y Gold, 2000; Zhou, 2004b). Estas interpretaciones –de nuevo, basadas fundamentalmente en la experiencia de inmigrantes asiáticos y cubanos– forman un continuo que va desde visiones acriticamente positivas, hasta evaluaciones críticas

que descartan totalmente el autoempleo y la economía étnica como medio viable de incorporación. En un extremo del continuo teórico se encuentra el argumento, según el cual, la economía étnica es un modo positivo de inserción y un vehículo de movilidad social ascendente, tanto para los empresarios como para sus empleados (Guarnizo, 1998).

En el área de estudio se pudo comprobar que, en la mayoría de las ocasiones, el negocio del empresario inmigrante inicia como un establecimiento familiar determinado por el autoempleo, el cual crece, madura y se expande con el tiempo, a través del establecimiento de alguna sucursal o sucursales, contando con trabajadores asalariados y obteniendo ventas y ganancias, como es el caso de la mayor parte de los negocios estudiados, los cuales generalmente albergan a trabajadores inmigrantes coétnicos, relativamente recién llegados, que en sus condiciones de inmigrantes ven a la economía étnica como una opción laboral más factible que la presentada en una economía general tan fragmentada como la estadounidense.

Se puede decir, que la economía étnica funciona, en primer lugar, como mercado de trabajo “interno”, que protege a los inmigrantes de la competencia del mercado de trabajo general al ofrecer oportunidad de empleo a sus coétnicos. No obstante, es importante apuntar, que pareciera ser, que los bajos salarios relativos son un costo aplicado a los trabajadores étnicos por el favor que se les hizo al darles un primer empleo, de permitirles a muchos de ellos laborar sin documentos, y de dejarlos trabajar en un medio familiar donde no se enfrentan a las dificultades del idioma inglés y de la cultura dominante.

Además, en momentos de recesión de la economía general, donde no se demanda mano de obra, la economía étnica puede mantener el nivel de oferta de trabajo. De los negocios estudiados, el 72 % han sido creados en época de crisis, esto es, en los últimos 10 años. A su vez, el funcionamiento interno de este mercado de trabajo permite a algunos trabajadores coétnicos asalariados montar su propio negocio (Waldinger, 1993; Jiobu, 1998), ya que, proporciona el entrenamiento necesario para que se genere la posibilidad de que el migrante posteriormente

abra su propio negocio (Arjona y Checa, 2006). Min (1996), estudió el origen de la economía étnica que forjaron los coreanos en distintas ciudades de Norteamérica y encontró una intensa relación entre los empresarios, encaminada a una búsqueda común de estrategias para escapar de la exclusión social y económica a la que estaban sometidos. En esta misma línea se encuentra Arjona (2004), al señalar que: la independencia económica, parcial o total, representa para los inmigrantes y las minorías étnicas una autodefensa básica frente a la exclusión y las desventajas que tienen en el conjunto del mercado laboral. La economía étnica les permite superar esas desventajas y ellos mismos pueden negociar los términos de su participación en el mercado de trabajo desde una cierta “posición de fuerza”, haciendo de la economía étnica un mercado protegido (Arjona y Checa, 2007).

La mayoría de los trabajadores inmigrantes mexicanos de la economía étnica y en el mercado general, declaró haber arribado a Estados Unidos entre mediados de los ochenta y comienzos del 2000, especialmente al estado de California, encontrándose esto también ampliamente relacionado con la llegada masiva, a inicios de los ochenta, de los migrantes mexicanos al condado de Los Ángeles, producto de la reestructuración económica vivida en el sur de California, así como de la amnistía que se dio y benefició a gran cantidad de mexicanos en el estado. No solo la mayor parte de los empresarios encuestados declaró haber llegado a mediados de los ochenta, sino también una parte importante de los trabajadores arribaron en esa época. Es entonces una inmigración relativamente joven.

En el mercado general, el 50 % de los empleados era indocumentado, y un 32 % era ciudadano; en los negocios étnicos los indocumentados representaron el 59 % del personal contratado, mientras que los ciudadanos solo representaron el 16 %. Pero, no solo la situación migratoria legal es un factor que influye en los mexicanos a trabajar en el mercado general, sino también el dominio del idioma inglés. En los empleados de los negocios étnicos mexicanos, el bajo nivel de inglés y el mejor trato y entendimiento con los connacionales fueron factores que influyeron para mantener este empleo (Tabla 1).

■ Tabla 1. Características promedio de los trabajadores inmigrantes mexicanos encuestados en negocios étnicos mexicanos y mercado general de las ciudades de Huntington Park y Lynwood, en el estado de California, Estados Unidos.

Table 1. Characteristics of the average Mexican immigrant workers surveyed in Mexican ethnic of cities Huntington Park and Lynwood, in the state of California, United States.

Trabajadores	Negocios étnicos mexicanos	Mercado general
Edad	35 años	36 años
Nivel de estudios	Preparatoria completa	Universitarios y de preparatoria completa
Ocupación en México	31 % estudiantes (la mayoría) 9 % trabajadores del campo	18 % empleados en pequeños negocios 23 % empleados en empresa
Año de llegada a EE. UU.	Entre 1985 y 2003 Año promedio: 1995	Entre 1985 y 2003 Año promedio: 1994
Causa de llegada a EE. UU.	Mejora económica	Mejora económica
Situación migratoria	59 % indocumentado 25 % residente 16 % ciudadano	50 % indocumentado 18 % residente 32 % ciudadano
Nivel de inglés oral	37 % mediano dominio 31 % escaso dominio 32 % cero dominio	41 % buen dominio 50 % escaso dominio 9 % cero dominio
El inglés le ha servido para obtener mejores salarios y/o puestos de trabajo	La mayor parte de los trabajadores encuestados (97 %) admitieron que si les servía para obtener mejores salarios y/o puestos	La mayor parte de los trabajadores (74 %) dijo que si les servía para obtener mejores salarios y/o puestos
Puesto de trabajo actual al momento de hacer la encuesta	Empleado en restaurantes (28 %) Puestos gerenciales (16 %) Vendedor (25 %) Otros (31 %)	Vendedor (27 %) Intendente (19 %) Trabajadora doméstica (9 %) Manager (9 %) Maestra de primaria (9 %) Otros (27 %)
Satisfacción –le gusta lo que hace y está conforme con lo que gana en el trabajo–	38 % estaba satisfecho, le gustaba lo que hacía y estaba conforme con lo que ganaba 31 % le gustaba lo que hacía, pero le gustaría ganar más. En la misma proporción no estaba conforme con lo que ganaba, pero le gustaba lo que hacía	82 % le gustaba lo que hacía y estaba conforme, pero le gustaría ganar más 18 % estaba totalmente conforme en los dos aspectos
Antigüedad en el trabajo actual	6 años	9 años
Ventajas del trabajo actual	Mejor trato y entendimiento	Justos, siguen reglas y respeto

Continúa...

Desventajas del trabajo actual	La mayoría ninguna 13 % explotación	La mayoría ninguna 14 % racismo en ocasiones
Salario semanal	69 % menos de 500 dólares (promedio: 400 dólares) 25 % entre 500 y 1 000 dólares (promedio: 750 dólares) 6 % más de 1 000 dólares	45 % menos de 500 dólares (promedio: 400 dólares) 41 % entre 500 y 1 000 dólares (promedio: 750 dólares) 14 % más de 1 000 dólares
Número de trabajos en Estados Unidos (incluyendo actual)	3	3
Comparación de ingreso entre el último trabajo y el actual	50 % ganaba más al momento de la encuesta. Antes ganaban un promedio de 350 dólares semanales, al momento de la encuesta obtenían un promedio de 400 dólares semanales 31 % ganaba mejor antes (500 dólares, al momento de la encuesta ganaban 350 dólares), esto debido a la crisis económica y a que se habían visto afectados los sectores en los que antes trabajaban como: construcción, jardinería, empleadas domésticas, cadenas comerciales, entre otros 13 % declaró que el actual trabajo había sido su único empleo 6 % ganaba lo mismo	37 % ganaba más al momento de la encuesta. Antes ganaban un promedio de 400 dólares semanales, y al momento de la encuesta obtenían un promedio de 750 dólares semanales 27 % ganaba más antes que al momento de la encuesta. Esto debido a la crisis económica 27 % había sido su único empleo 9 % no contestó
Empleo en el que ha obtenido mayor ingreso, en su historia laboral en Estados Unidos, e ingreso obtenido cuando se aplicó la encuesta etnográfica	Empleado en negocio dedicado a la venta de comida Salario del trabajo actual: 500 dólares promedio semanalmente	Empleado en sector servicios Salario del trabajo actual: 750 dólares promedio semanalmente
Vivienda (prestada, rentada, propia)	53 % rentaba vivienda en menos de 1 000 dólares (750 dólares en promedio). 30 % de ese 53 % rentaba un cuarto en 500 dólares aproximadamente 38 % rentaba vivienda entre 1 000 y 2 000 dólares al mes: 1 500 dólares en promedio 6 % pagaba vivienda propia: entre 1 000 y 1 500 dólares al mes 3% pagaba vivienda propia en menos de 1 000 dólares al mes: 900 dólares promedio	64 % rentaba casa o cuarto en menos de 1 000 dólares: 500 dólares en promedio 18 % rentaba vivienda entre 1 000 y 1 500 dólares en promedio 18 % pagaba mensualidades de casa propia entre 1 000 y 2 000 dólares mensuales: 1 500 dólares en promedio
Pertenencia a alguna asociación de migrantes	La mayoría no pertenecía, solo 1 de 32 etnoencuestados sí: COFEM (Consejo de Federaciones Mexicanas en Norteamérica)	La mayoría no. Sólo dos pertenecían a un club de migrantes que ayudaban a hospitales, asilo de ancianos e iglesias en sus comunidades de origen: Sinaloa y Zacatecas

Respecto al manejo del inglés, los trabajadores mostraron cierto grado de integración a Estados Unidos, debido a que en los dos grupos fue mayor el porcentaje de los que lo hablan, ya sea escasa (50 % en el mercado general/31 % en negocios étnicos) o medianamente (37 % en negocios étnicos). Solo en el mercado general los trabajadores inmigrantes contaban con un buen dominio de inglés oral (41 %).

De acuerdo a la Tabla 1, la mayor parte de los trabajadores etnoencuestados, que trabajaban en los negocios étnicos dedicados a la venta de comida, laboraban como empleados en restaurantes, donde habían obtenido mayores ingresos. Sin embargo, se presentó una movilidad social restringida y limitada solo a un segmento de sus miembros migrantes para este tipo de actividades, debido a que en promedio los trabajadores en los negocios de inmigrantes mexicanos manifestaron ser empleados en restaurantes, mas que poseer puestos gerenciales, constituyendo de esta manera la economía étnica, un medio que permitió una primera inserción laboral para la mayoría de los trabajadores inmigrantes.

Referente a la vivienda, casi una tercera parte de los trabajadores que laboraban en los negocios étnicos y 64 % de los que laboraban en el mercado general, rentaban cuartos en menos de 1 000 dólares al mes (el pago promedio de éstos para ambos grupos laborales era de 500 dólares), esto debido generalmente a que se encontraban viviendo solos en Estados Unidos, ahorrando para el regreso a México o para traer consigo a su familia, según declararon.

Mientras aquellos que trabajan en el mercado general y rentaban casa, era porque generalmente vivían con familia y dicha renta les generaba costos mensuales que iban de 1 000 a 1 500 dólares, cantidad muy similar a la que pagaban aquellos pertenecientes al mismo mercado laboral que contaban con casa propia y vivían con su familia (Tabla 1).

El 53 % de los trabajadores de negocios étnicos rentaban vivienda con un costo inferior a los

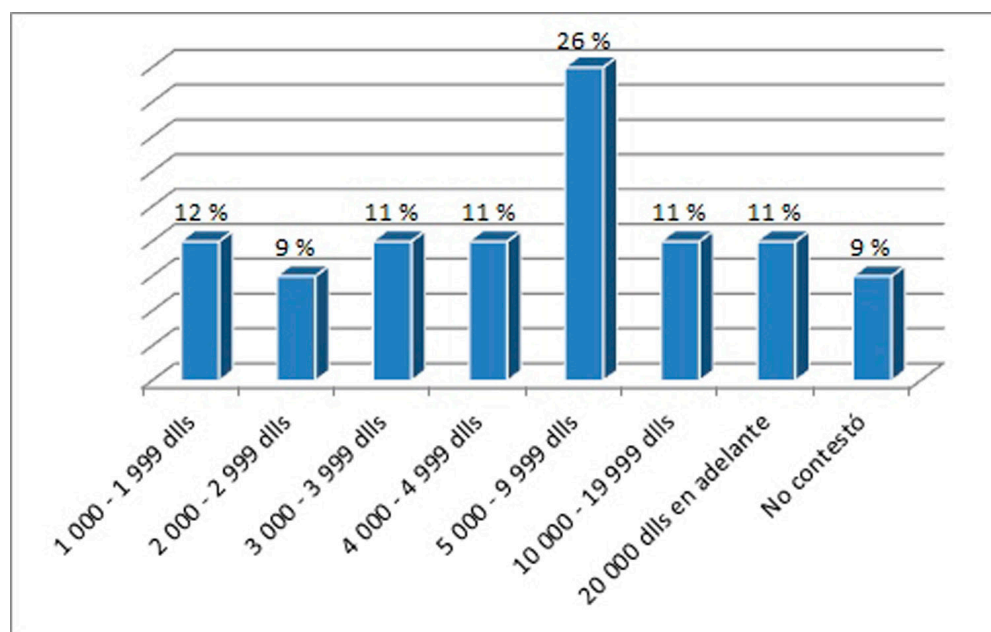
1 000 dólares mensuales; es importante destacar que un 30 % de este mismo grupo vivía en un cuarto con un costo de renta promedio de 500 dólares. El 9 % de estos trabajadores pagaban su propia vivienda, pero sólo el 6 % tenía capacidad para pagar entre 1 000 y 1 500 dólares.

Con relación a los salarios que obtenían los empleados en la región de estudio, en los negocios étnicos el sueldo fue más bajo, ya que el 69 % de los empleados ganaba menos de 500 dólares y solo un 6 % ganaba más de 1 000 dólares, en tanto que en el mercado general únicamente el 45 % de los empleados tenía una percepción inferior a los 500 dólares y un 14 % percibía más de 1 000 dólares. Esta situación pareciera que se ajusta al paradigma de un mercado dual, en el que el trabajador de la economía étnica obtiene los trabajos peor pagados en comparación de aquel que posee un perfil similar, pero se inserta a laborar en el mercado general.

Al comparar el ingreso anterior y el actual, se encontró que un importante número de trabajadores (50 % en negocios étnicos y 37 % en mercado general) declaró ganar mejor, lo cual habla de un mayor bienestar económico respecto al pasado -movilidad ocupacional y mejoramiento económico-. Aunque también se detectó que el 31 % de los trabajadores en negocios étnicos y 27 % de los trabajadores en el mercado general ganaban mejor en su trabajo anterior (Tabla 1). Lo cierto es que, a pesar de que en los negocios étnicos mexicanos no se paga como en el mercado general, habitualmente se cumple con el salario mínimo establecido en el estado de California, el cual en las fechas en que se llevó a cabo la investigación era de 8 dólares por hora de trabajo (Sánchez, 2013). Además, hay que tomar en cuenta que en esa época también se estaba atravesando por periodos de crisis económica, lo cual en ese tiempo limitaba el aumento de los sueldos.

La información obtenida permite afirmar que los empleos en la economía étnica no son en general bien remunerados. De esta manera, la economía étnica se convierte en un obstáculo para

■ **Figura 2. Ganancias mensuales obtenidas por los negocios étnicos encuestados.**
Figure 2. Earn Monthly Earnings by ethnic businesses surveyed.



el ascenso social y económico. Sin embargo, el hecho de que la mayor parte de la planta laboral en los negocios estudiados corresponda a la de origen mexicano (90 %), confirma la importancia que la economía étnica tiene en la zona como mecanismo de inserción. Sin embargo, la economía étnica genera oportunidades laborales tanto para el grupo connacional, como para aquellos individuos que se encuentran fuera del grupo étnico, tal y como lo menciona Zhou (2004b).

En contraparte a los magros salarios de los trabajadores, el beneficio que la economía étnica produce a sus empresarios se corrobora cuando se analizan las ganancias netas mensuales declaradas en el área de estudio (Figura 2). El 26 % de los empresarios dijeron obtener utilidades en el rango de 5 000 a 9 999 dólares mensuales. Esto indica que hay un buen nivel de rentabilidad. Cuando a los empresarios se les cuestionó si ganaban y vivían mejor que cuando eran empleados, la mayor parte señaló que sí (75 % y 84 % respectivamente), lo cual es expresión del progreso económico alcanzado a través de sus negocios y el beneficio que a ellos si les proveen, en contraposición a lo que les

sucede a los trabajadores. Lo anterior lo corroboran Sanders y Nee (1987), en el mismo tenor que Bonacich (1973) y Borjas (1990), quienes reconocen que la economía étnica sí produce beneficios, pero aclaran que los mismos son solo para los empleadores, quienes explotan a sus paisanos en nombre de la solidaridad étnica (Guarnizo, 1998). Sin embargo, a través de la conducta emprendedora, los inmigrantes consiguen atenuar la discriminación (Arjona y Checa, 2009), obteniendo ingresos similares a los percibidos por los empresarios nativos (Croate y Tensión, 1992; Clark y Drinkwater, 1998). Es así, como el establecer un negocio, ofrece a los miembros de grupos étnicos minoritarios una importante forma de participación en el mercado de trabajo (Díaz-Bretones y González, 2005), además de que los trabajos coétnicos para grupos de inmigrantes, como los mexicanos, representan una especie de blindaje contra la discriminación (Morales, 2009). Así como también impide, en cierto modo, la asimilación del grupo étnico (Fong y Ooka, 2002).

Con las consideraciones anteriormente presentadas y partiendo de la aproximación menos

negativa, se podría asegurar que, con escasas excepciones, la economía étnica es una economía con pocas oportunidades de mejoramiento social y económico para el grueso de los trabajadores, quienes regularmente ganan menos y cuentan con menores beneficios laborales que los trabajadores del mercado general, pero sigue siendo un espacio de oportunidad para los migrantes que ahí encuentran su primer empleo, además, en este mercado se recrea y difunde el español y la cultura material de los migrantes.

CONCLUSIONES

La economía étnica, creada y alentada por los inmigrantes mexicanos en el área de Los Ángeles, funciona como un espacio de libertad, porque facilita la retención cultural, y como una forma particular de inserción económica de los inmigrantes, que reproduce pirámides de poder económico y que colocan a los mexicanos que laboran como empleados, en los escaños más bajos. La economía étnica sigue siendo una pista de aterrizaje para los migrantes re-

cién llegados, en tanto permite que éstos consigan más fácilmente un primer empleo. Algunos inmigrantes, propietarios de negocios étnicos, presentan casos de éxito en cuanto a la movilidad social ascendente, toda vez que parte de ellos empezaron siendo trabajadores en esta economía. El emprendurismo y capital social, separan a estos individuos del resto de los otros inmigrantes. La economía étnica es una vía para que los empresarios inmigrantes mexicanos maximicen sus ganancias a través de la explotación laboral de sus connacionales. El caso mexicano es particular en el sentido de que su economía étnica prospera menos que la de otros grupos; los bajos salarios que los empleadores mexicanos les pagan a sus connacionales permiten el crecimiento de las empresas mexicanas, pero el crecimiento de las mismas es limitado, ya que su mercado potencial se reduce únicamente a la clientela coétnica. A su vez, los trabajadores tienen pocas posibilidades de ascender en la escalera social, debido, de nuevo, a los bajos salarios.

REFERENCIAS

- Aguilera, M. (2009). Ethnic enclaves and the earnings of self-employed Latinos. *Small Business Economics*. 33(4): 413-425.
- Alba, R. D. (1990). *Ethnic Identity: The transformation of White America*. New Haven, Connecticut: Yale University Press. 374 Pp.
- Arjona, A. (2004). La iniciativa empresarial de los inmigrantes. Una aproximación a la economía étnica en Almería. En F. Checa, J. C. Checa y A. Arjona (Eds.), *Inmigración y derechos humanos. La integración como participación social* (pp. 149-180). Barcelona, España: Icaria Editorial.
- Arjona, A. y Checa, J. C. (2006). Economía étnica, teoría, conceptos y nuevos avances. *Revista Internacional de Sociología (RIS)*. 64(45): 117-143.
- Arjona, A. y Checa, J. C. (2007). Incorporación laboral como autónomos de los inmigrantes en el concepto económico almeriense. *Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración*. (66): 177-192.
- Arjona, A. y Checa, J. C. (2009). Estudios de empresariado inmigrante en España. *Revista del Ministerio de Trabajo e Inmigración*. (80): 255-268.
- Averitt, R. (1968). *The Dual Economy: The Dynamics of America Industry Structure*. New York: W. W. Norton. 208 Pp.
- Bailey, T. and Waldinger, R. (1991). Primary, Secondary and Enclave Labor Markets: A Training System Approach. *American Sociological Review*. 56(4): 432-445.
- Barros, M. (2007). El matrimonio y las pequeñas empresas comerciales. El caso de los salvadoreños y mexicanos en Los Ángeles. *Revista Mexicana de Sociología*. 69(1): 109-138.
- Becker, H. (1956). *Man in Reciprocity*. Nueva York: Praeger. 459 Pp.
- Blalock, H. (1967). *Toward a Theory of Minority Group Relations*. Nueva York: Wiley. 227 Pp.
- Bonacich, E. (1973). A theory of middleman minorities. *American Sociological Review*. 38: 583-594.
- Bonacich, E. and Modell, J. (1980). *The economic basis of ethnic solidarity: small business in the Japanese American community*. Berkeley: University of California Press. 290 Pp.
- Borjas, G. J. (1990). *Friends or strangers. The impact*

of immigrants on the U.S. economy. Estados Unidos: Ed. Basic Books. 274 Pp.

CEEY, Centro de Estudios Espinosa Yglesias (2013). ¿Qué es la movilidad Social? [En línea]. Disponible en: <http://www.movilidadsocial.org/content/%C2%BFque-es-movilidad-social>. Fecha de consulta: 4 de septiembre de 2014.

Clark, K. and Drinkwater, S. (1998). Ethnicity and self-employment in Britain. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*. 60(3): 383-407.

Croate, S. and Tensión, S. (1992). Labor market discrimination, imperfect information, and self-employment. *Oxford Economic Paper*. 44(2): 272-288.

Díaz-Bretones, F. y González, J. M. (2005). Comportamiento emprendedor e inmigración. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades. SOCIOTAM*. 15(2): 85-101.

Diccionario de la Lengua Española (2012). Definición de enclave. [En línea]. Disponible en: <http://lema.rae.es/drae/?val=enclave>. Fecha de consulta: 26 de septiembre de 2015.

Doeringer, P. and Piore, M. (1971). *Internal Labor Markets and Manpower Analysis*. Nueva York-Londres: M. E. Sharpe, Inc. 211 Pp.

Espinosa, A. (2012). Comercio étnico e integración social: Análisis del Comercio Polaco en la Cuenca del Ruhr. *Investigaciones Geográficas*. (58): 89-114.

Estrada, B. (2014). Desarrollo empresarial inmigrante. La colectividad árabe en Valparaíso, Chile (1900-1940). *Interciencia*. 39(12): 850-856.

Fernández, E., Mosqueda, E. y Del-Carpio, P. (2013). Empresarios migrantes mexicanos en Estados Unidos. *Ra Ximhai*. 9(3): 181-208.

Fong, E., Chan, E., and Cao, X. (2009). Moving out and staying in the ethnic economy. *International Migration Review*. 51(1): 61-77.

Fong, E. and Ooka, E. (2002). The social consequences of participating in the ethnic economy. *International Migration Review*. 36(1): 125-146.

Garcés, A. (2011). Comercio Inmigrante y economías étnicas: síntesis y críticas de los debates vigentes. *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*. 10(29): 97-121.

Guarnizo, L. (1998). La economía étnica mexicana en Los Ángeles: acumulación capitalista, reestructuración de clase y transnacionalización de la migración. En R. Zenteno (Ed.), *Población, desarrollo y globalización. V Reunión de investigación sociodemográfica en México* (pp. 138-156). México: Colegio de la Frontera Norte y SOMEDE.

Gutiérrez, D. (1995). *Walls and mirrors: Mexican Americans, Mexican immigrants, and the politics of ethnicity*. Berkeley: University of California Press. 321 Pp.

Hum, T. (2001). The promises and dilemmas of immigrant ethnic economies. En M. Lopez-Garza and D. R. Diaz (Eds.), *Asian and latino immigrants in a restructuring economy: the Metamorphosis of Southern California* (pp. 77-101). Stanford, CA: Stanford University Press.

Jiobu, R. (1998). Ethnic group success. En R. Jiobu (Ed.), *Ethnicity and assimilation* (pp. 24-25). Albany: State University of New York Press.

Light, I. and Bonacich, E. (1988). *Immigrant entrepreneurs. Koreans in Los Angeles. 1965-1982*. Berkeley y Los Angeles: University of California Press. 495 Pp.

Light, I. and Gold, S. (2000). *Ethnic economies*. San Diego, California: Academic Press. 302 Pp.

Light, I. and Karageorgis, S. (1994). The ethnic economy. En N. Smelser and R. Swedberg (Eds.), *The handbook of economic sociology* (pp. 646-671). Nueva York: Russell Sage Foundation.

Light, I. and Roach, E. (1996). Self employment: mobility or economic life boat? En R. Waldinger and M. Bozorgmehr (Eds.), *Ethnic Los Angeles* (pp. 193-213). Nueva York: Russell Sage Foundation.

Light, I., Sabagh, G., Bozorgmehr, M., and Der-Martirosian, C. (1994). Beyond the ethnic enclave economy. *Social Problems*. 41(1): 65-80.

Lofstrom, M. and Wang, C. (2007). Mexican-Hispanic self-employment entry: the role of business start-up constraints. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*. (613): 32-46.

Logan, J., Alba, R., and McNulty, T. (1994). Ethnic economies in metropolitan regions: Miami and beyond. *Social Forces*. 72(3): 691-724.

Logan, J., Alba, R., and Stults, B. (2003). Enclaves and entrepreneurs: assesing the payoff for immigrants and minorities. *International Migration Review*. 37(2): 344-388.

Martínez, P. (2007). Empresas familiares de inmigrantes. *Papers, revista de sociología*. 85: 229-231.

Mateu, A. (2010). En busca de un sueño. Estrategias de un inmigrante para convertirse en rey del vino. En N. Hochman (Ed.), *Pensar el afuera* (pp. 11-39). Mar del Plata, Argentina: Kazak Ediciones.

Min, P. G. (1996). *Caught in the middle, Korean merchants in America's multiethnic cities*. Los Angeles: University of California Press. 243 Pp.

Morales, M. (2009). Ethnic-controlled economy or segregation? exploring inequality in Latina/o

co-ethnic jobsites. *Sociological Forum*. 24(3): 589-610.

Olmedo, B. (2006). Mercados étnicos y de la nostalgia, pequeñas empresas e identidad cultural. Memorias X Congreso de la SOLAR. La Habana, Cuba. Instituto Superior de Relaciones Internacionales. [En línea]. Disponible en: http://www.humanindex.unam.mx/humanindex/fichas_pdf/Ponencia25774%20OlmedoCarranza%20Mercados%20etnicos%20y%20de%20la.pdf. Fecha de consulta: 21 de noviembre de 2014.

Oso, L. y Villares, M. (2005). Mujeres inmigrantes latinoamericanas y empresariado étnico: Dominicanas en Madrid, Argentinas y Venezolanas en Galicia. *Revista Galega de Economía*. 14(1,2): 1-19.

Pécoud, A. (2010). What is ethnic in an ethnic economy?. *International Review of Sociology: Revue Internationale de Sociologie*. 20(1): 59-76.

Peraza, B. (2012). Pequeños empresarios mexicanos en Los Ángeles, California. En H. Márquez, R. Soto, y E. Zayago (Eds.), *Visiones del desarrollo* (pp. 429-446). México: Miguel Ángel Porrúa/UAZ.

Piore, M. (1972). Labor market segments. En M. Piore (Ed.), *Notes for a theory of labor market stratification* (pp. 2-6). Cambridge, Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology.

Portes, A. (1987). The social origins of the Cuban enclave economy of Miami. *Sociological perspectives*. 30(4): 340-372.

Portes, A. and Bach, R. (1985). *Latin Journey: Cuban and Mexican immigrants in the United States*. Berkeley: University of California Press. 432 Pp.

Raijman, R. and Tienda, M. (2000). Training functions of ethnic economies: mexican entrepreneurs in Chicago. *Sociological Perspectives*. 43(3): 439-456.

Riesco, A. (2008). ¿Repensar la sociología de las economías étnicas? El caso de la empresarialidad inmigrante en Lavapiés. *Migraciones*. 24: 91-134.

Sahin, M., Todiras, A., Nikamp, P. Y., and Suzuki, S. (2012). Brigs starts in the urban galaxy: the efficiency of entrepreneurs in the urban economy. *Innovation - The European Journal of Social Science Research*. 25(2): 209-227.

Sánchez, J. (2013). "Elevarán el salario mínimo en California a \$10 la hora", en *SanDiegoRed.com*. [En línea]. Disponible en: <http://www.sandiegored.com/noticias/43272/Elevaran-el-salario-minimo-en-California-a-a10-la-hora/>. Fecha de consulta: 22 de noviembre de 2014.

Sanders, J. and Nee, V. (1987). Limits of ethnic

solidarity in the enclave economy. *American Sociological Review*. 52(6): 745-773.

Sassen, S. (2007). Una sociología de la globalización. *Análisis Político*. 26(61): 3-27.

Serra-del-Pozo, P. (2009). Los procesos geográficos de concentración en las centralidades étnicas. *Revista Internacional de Organizaciones*. (2): 89-108.

Stryker, S. (1959). Social structure and prejudice. *Social Problems*. 4(6): 340-354.

Valdez, Z. (2008). Beyond ethnic entrepreneurship: an embedded market approach to group affiliation in american enterprise. *Race, Gender & Class* 15(1): 156-169.

Valenzuela, B. (2010). Características de enclave étnico en los restauranteros sinaloenses de Los Ángeles, California: relaciones patrón-cliente-trabajador. En I. García, E. Montoya, y O. Woo (Eds.), *Migraciones globales. Población en movimiento, familias y comunidades migrantes* (pp. 385-404). México, D.F.: Jorale Editores.

Waldinger, R. (1986). Immigrant enterprise. A critique and reformulation. *Theory and Society*. 15(1): 249-285.

Waldinger, R. (1993). The ethnic enclave debate revisited. *International Journal of Urban and Regional Research*. 17(3): 444-452.

Waldinger, R., Howard, A., and Ward, R. (1985). Ethnic business and occupational mobility in advanced societies. *Sociology*. 19(4): 586-597.

Waldinger, R., Howard, A., and Ward, R. (1990). Opportunities, group characteristics, and strategies. En R. Waldinger, A. Howard and R. Ward (Eds.), *Ethnic entrepreneurs: immigrant business in industrial societies* (pp. 13-48). Newbury Park, California: Sage Publications.

Weber, M. (2008). *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica. 1237 Pp.

Wilson, K. and Portes, A. (1980). Immigrant enclaves: an analysis of the labor market experiences of Cubans in Miami. *American Journal of Sociology*. 86(2): 295-319.

Xie, Y. and Gough, M. (2011). Ethnic enclaves and the earnings of immigrants. *Demography*. 48(4): 1293-1315.

Zhou, M. (2004a). Revisiting Ethnic Entrepreneurship: Convergencies, Controversies and Conceptual Advancements. *International Migration Review*. 38(3): 1040-1074.

Zhou, M. (2004b). The role of the enclave economy in immigrant adaptation and community building: The case of New York's Chinatown. En J. Sibley Butler and G. Kozmetsky (Eds.), *Immigrant and minority entrepreneurship: building american communities* (pp. 37-60). Wetsport, C.T.: Praeger.