

El matrimonio y las pequeñas empresas comerciales. El caso de los salvadoreños y mexicanos en Los Ángeles

MAGDALENA BARROS NOCK*

Resumen: El presente artículo contribuye al estudio de los pequeños y medianos empresarios mexicanos y salvadoreños en California. Se presenta el caso de un enclave económico étnico mexicano en el centro-este de Los Ángeles, formado por actividades comerciales al mayoreo, medio mayoreo y menudeo. Se estudian las estrategias utilizadas por los bodegueros para abrir sus negocios y el papel que el matrimonio entre mexicanos y salvadoreños juega en la formación de pequeñas empresas.

Abstract: This article contributes to the study of Mexican and Salvadoran small businessmen in California. It describes the case of an ethnic Mexican economic enclave in the center-east of Los Angeles, comprising wholesale, semi-wholesale and retail commercial activities. It studies the strategies used by warehouse owners to start their businesses and the role played by marriage between Mexicans and Salvadorans in the establishment of small businesses.

Palabras clave: enclave económico étnico, migración internacional, empresas familiares, redes sociales transnacionales.

Key words: ethnic economic enclave, international migration, family businesses, transnational social networks.

INTRODUCCIÓN

Por muchos años se habló en la academia sobre el poco desarrollo o empuje empresarial de la población mexicana en Estados Unidos en comparación con otros grupos étnicos. Varios autores han argumentado la inexistencia de enclaves económicos de mexicanos. En un estudio que realizaron en 1979, Portes y Bach encontraron que los cubanos tenían un enclave económico y que los mexicanos no, es decir, que 5.5%

* Doctora en Estudios del Desarrollo por el Institute of Social Sciences de La Haya, Países Bajos. Investigadora y profesora en el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS). Temas de especialización: migración, redes sociales, empresas familiares, movilidad socioeconómica, género, desarrollo local. Dirección: Juárez 87, Tlalpan, México, D. F., C. P. 14000. Teléfono: 5655 9718, ext. 114; fax: 5455 1402; correo electrónico: barros@cieras.edu.mx.

de los mexicanos inmigrantes eran trabajadores por cuenta propia en comparación con 21.2% de los cubanos (1985: 187, 193). Esto los llevó a afirmar que los negocios mexicanos no constituían un pequeño enclave étnico y que, por lo tanto, los trabajadores inmigrantes mexicanos tenían que trabajar en la economía abierta, en trabajos mal pagados, mientras que los cubanos disfrutaban de las redes de negocios de inmigrantes cubanos que les ofrecían trabajo.

Light y sus colegas (1994), aunque critican a Portes y coautores por no considerar en su estudio a los mexicanos que trabajan por cuenta propia, lo cual, según ellos, hubiera cambiado los resultados de su investigación, argumentan que los mexicanos inmigrantes no tienen recursos económicos, cuentan con poca escolaridad y en su mayoría son trabajadores temporales (Light *et al.*, 1995). Consideran asimismo que tienen pocos recursos financieros con los que iniciar negocios y poca experiencia en empresas urbanas (Bohon, 2001). Algunos autores piensan que los bajos niveles de los logros ocupacionales demostrados por los mexicanos pueden atribuirse a factores inherentes a sus procesos de migración, que es en su mayoría circular, clandestina y motivada por la desesperación económica. Los lazos familiares en Estados Unidos (es decir, sus redes para migrar) juegan un papel muy importante, por lo que los mexicanos tal vez tengan menos lugares hacia dónde migrar (Massey, 1987; Bohon, 2001) y por tanto menos oportunidades.

Sin embargo, las características de los inmigrantes han cambiado, así como sus objetivos y perspectivas. Si en los años sesenta y setenta eran en su mayoría hombres que venían por periodos a trabajar a Estados Unidos, en los ochenta y noventa esto empieza a cambiar de una manera significativa, ya que cada vez más mujeres y familias emigran a Estados Unidos. A su vez, la creciente xenofobia y militarización de la frontera los ha obligado a permanecer por periodos cada vez más largos e incluso indefinidamente en Estados Unidos. Como veremos más adelante, si en décadas anteriores no había condiciones para la creación de un enclave económico étnico mexicano, para finales de los años ochenta y en los noventa esto había cambiado en ciudades como Los Ángeles.

En las últimas décadas, sólo hay que caminar por los barrios mexicanos en zonas urbanas como Los Ángeles o bien en pequeñas ciudades rurales de California, para darse cuenta del crecimiento y vigor empresarial de mujeres y hombres mexicanos, que buscan toda clase de formas innovadoras, tanto en el sector formal como en el informal, de ampliar su espacio de maniobra económica en Estados Unidos, para incrementar

su ingreso y mejorar su nivel de vida en ese país. Es enorme la cantidad de tiendas de abarrotes, mueblerías, mercados, restaurantes, garajes, tiendas de ropa para ocasiones especiales como fiestas de XV años, primera comunión, confirmación, etcétera; tiendas de zapatos, botas exóticas, sastrerías, tiendas de música y videos mexicanos y latinos en general, puestos en las calles, vendedores ambulantes, vendedores en las esquinas, vendedores en los remates, vendedores de casa en casa, trabajadoras domésticas, pequeños empresarios de la jardinería, dueños de bodegas en los mercados, transportistas, en fin, la lista podría continuar así como la creatividad en las actividades económicas para satisfacer a una creciente masa de consumidores.

En este artículo presento el caso de pequeños empresarios en el negocio de las frutas y verduras frescas al mayoreo en Los Ángeles. Tengo dos objetivos relacionados. El primero es contribuir a la discusión sobre la importancia del concepto de enclaves económicos étnicos a través del estudio de un enclave económico étnico mexicano en Los Ángeles, formado por actividades comerciales al mayoreo, medio mayoreo y menudeo de frutas y verduras frescas y alimentos en general. El segundo objetivo es analizar las posibilidades de los inmigrantes mexicanos y salvadoreños de trabajar por su cuenta y convertirse en empresarios. Tomo como estudio de caso el mercado de la Calle Siete de Los Ángeles: un mercado de abastos de frutas y verduras al mayoreo, el cual está ocupado en su mayoría por mexicanos. Específicamente me interesa estudiar el papel que el matrimonio juega en la formación de pequeñas empresas y cómo es utilizado por inmigrantes de otros países, en este caso por salvadoreños, para abrirse un espacio en el mercado y crear sus empresas. Me interesa analizar la participación de pequeños emprendedores salvadoreños en un enclave económico dominado por mexicanos y las estrategias que utilizan para penetrarlo.

Este artículo se divide en dos partes: la primera discute algunos aspectos sobre la economía étnica, los enclaves étnicos y el papel que los emprendedores juegan en ellos. En la segunda presento el estudio de caso: el mercado de abastos al mayoreo de frutas y verduras frescas de la Calle Siete en Los Ángeles. Para entender las relaciones entre pequeños bodegueros salvadoreños y mexicanos tenemos que entender cómo funcionan los mercados donde trabajan y las características particulares de éstos. Veremos las estrategias de los salvadoreños para obtener un espacio en el mercado, capital, mano de obra barata, y cómo forman y mantienen sus redes sociales a través de las cuales tienen acceso a

información, mercancías y consumidores. Se discutirán los siguientes puntos: el funcionamiento interno del mercado, sus características muy particulares y las características específicas de Los Ángeles; los inmigrantes y sus familias; los actores y la agencia de éstos; sus relaciones con los países de origen; el carácter transnacional de sus relaciones, de sus redes y cómo éstas afectan sus negocios.

Los datos utilizados en este capítulo son resultado de una investigación que realicé entre 1997 y 1999,¹ periodo durante el cual llevé a cabo trabajo de campo en el mercado de la Calle Siete en Los Ángeles. Este análisis se basa en datos cualitativos recabados a base de observación directa y entrevistas abiertas a los dueños y trabajadores de 33 medianas, pequeñas y micro bodegas dentro del mercado.

¿ECONOMÍA ÉTNICA *VERSUS* ENCLAVE ECONÓMICO ÉTNICO?

Dos conceptos han dominado la discusión sobre el desarrollo de la población inmigrante en actividades económicas por cuenta propia o empresariales: economía étnica y enclave económico étnico. El concepto de economía étnica proviene de la literatura sobre minorías intermedias (*middleman minorities*) (Light *et al.*, 1994) y el concepto de enclave económico étnico (Portes y Bach, 1985; Portes, 1981) deriva de la discusión sobre la segmentación del trabajo. En sus inicios esto tuvo implicaciones importantes, ya que mientras el primero se centraba en el estudio de los empresarios y los trabajadores por cuenta propia, el segundo se enfocaba en el estudio del trabajo, sin considerar a los pequeños empresarios por cuenta propia.

Existen diversos puntos de vista y explicaciones sobre los empresarios en general y los empresarios inmigrantes en particular. En un principio se enfocaron particularmente en las minorías étnicas, de donde surgieron diversas explicaciones tales como que cierto número de ellas demostraban tener mayor inclinación a trabajar por cuenta propia que otras, debido a atributos culturales propios. Éste sería el caso de las diásporas comerciales o minorías de intermediarios (Plattner, 1991: 249-50; Bonacich, 1973) y de los inmigrantes que participan en los enclaves étnicos, donde se destacan las prácticas etnoculturales, las redes sociales

¹ Esta investigación se llevó a cabo con el apoyo de WOTRO, la Universidad de Agricultura de Wageningen y El Colegio de la Frontera Norte.

y las instituciones étnicas. En la explicación sobre minorías de intermediarios se considera la tradición empresarial de los individuos como un factor importante (Bonacich, 1973). Sin embargo, como Light y Rosenstein (1995a) argumentan, las explicaciones culturales no son suficientes, ya que en su estudio sobre cubanos y coreanos encontraron empresarios que no contaban con experiencia previa en sus familias y lugares de origen y, a pesar de ello, han podido desarrollarse como empresarios en Estados Unidos.

Tenemos que distinguir entre inmigrantes que son autónomos, que trabajan por cuenta propia, y los empresarios o emprendedores. Light considera a los empresarios como innovadores, que pasan por tres etapas: la primera es iniciar el negocio, la segunda sería expandirlo y la tercera cambiar la manera de operar el negocio. Considera que la forma de distinguir a los emprendedores de los trabajadores por cuenta propia es midiendo la innovación en sus negocios (1995: 1 y 3).

Estudios realizados muestran cómo, en muchos casos, los trabajadores en una economía étnica se convierten con el tiempo en trabajadores por cuenta propia (Light, 1972: 67; Portes y Bach, 1985; Barros Nock, 1998), con lo que la economía étnica se transforma en una escuela para empresarios. Light considera que las economías étnicas son espacios de entrenamiento para empresarios, por lo que las ganancias pueden no sólo ser monetarias. Se ha demostrado en diversos estudios que aquellos que trabajan dentro de una economía étnica tienen más probabilidades de independizarse y trabajar por cuenta propia, incluso llegar a ser empresarios (Light *et al.*, 1995).

En este artículo concuerdo con Light y coautores en que el concepto de economía étnica es más general y que el concepto de enclave económico étnico es un caso especial de economía étnica (Light *et al.*, 1994: 65). Es cierto que los mexicanos han desarrollado su capacidad empresarial en todas las zonas donde se han establecido, desarrollando una economía étnica. Para su estudio, el concepto de economía étnica sería el más adecuado. Sin embargo, veremos más adelante cómo el concepto de enclave económico étnico es útil para analizar el desarrollo del comercio en el centro-este de Los Ángeles, donde los mexicanos han desempeñado un papel importante. Veamos qué define a un enclave económico étnico.

Diferentes autores han proporcionado una serie de explicaciones y características con las cuales describen un enclave étnico. El término enclave implica separación de la actividad económica que lo rodea. La

discusión sobre un enclave económico étnico tiene su origen en la teoría del mercado de trabajo dual; este origen se ve claro en las primeras formulaciones de Wilson y Portes (1980), donde caracterizaban un enclave étnico como una comunidad minoritaria cerrada, localizada en un área céntrica y degradada de una ciudad. En su análisis sobre el enclave económico étnico los trabajadores por cuenta propia que no ganaban un salario no fueron incluidos, ya que no eran de interés para el estudio del mercado laboral segmentado.

En sus siguientes trabajos Portes incluye a los inmigrantes que trabajan por cuenta propia, quita la especificidad geográfica de un lugar céntrico y deteriorado y lo deja abierto como un área geográficamente rodeada, con preponderancia de empleadores del mismo grupo étnico y del mismo país de origen, y trabajadores coétnicos, un agrupamiento espacial y numerosos negocios propiedad de inmigrantes que emplean a trabajadores connacionales. Su énfasis se encuentra en los empleos definidos étnicamente (Portes y Bach, 1985; Portes y Jensen, 1987; Portes y Stepick, 1993; Portes y Rumbaut, 1996).

Un enclave étnico deber reunir tres condiciones básicas donde la etnicidad es un factor de la vida económica:

1. El área debe tener condiciones económicas estables junto con una demanda por mercancías étnicamente definidas;
2. Acceso a mano de obra barata de coétnicos que no esté motivada o no pueda trabajar en otro sector económico;
3. Empresarios de origen étnico y/o sus descendientes con acceso a capital (Portes y Stepick, 1993; Halter, 1995).²

Otros autores han agregado nuevas propiedades y características a los enclaves. Por ejemplo Wong (1987), en su estudio sobre la industria china de prendas de vestir en Nueva York, nos dice cómo los valores étnicos inducen a los empleadores a adherirse a ciertas reglas culturales y de etiqueta, como serían las ideas de un destino común y un origen étnico común, lo que ayuda a reducir los conflictos y a promover la identificación del empleado con el negocio, de tal manera que aun sabiendo de empleos mejor pagados fuera del enclave prefieran trabajar en un negocio con

² Sanders y Nee (1987) ponen énfasis en la segregación residencial étnica como uno de los aspectos a tomar en cuenta en la caracterización de los enclaves económicos. Sin embargo, considero que ésta ya es una desviación en el uso del concepto y puede llevar a confusiones.

rasgos culturales afines (1987:128). Waldinger *et al.* (1990) consideran que la concentración étnica permite el surgimiento de intereses étnicos comunes, reforzando un sentido de identidad común. Esto lleva al reforzamiento del capital social donde el estudio de las redes sociales y de cómo éstas son usadas para fines económicos es importante. En el estudio de redes sociales tenemos que considerar sus lazos con desarrollos económicos, los costos materiales e inmateriales que lleva a usar estas redes, el intercambio de información dentro de las redes y las relaciones de poder dentro de ellas.

La ventaja de los enclaves étnicos consiste en que ayudan a que no se deprecie el capital humano del inmigrante cuando migra a otro país, ya que por un lado ofrecen trabajos que no requieren altos niveles de escolaridad ni especialización y, por lo general, no se necesita hablar inglés (Portes y Bach, 1985; Logan, Alba y McNulty, 1994). Otro factor importante es que dentro del enclave hay acceso preferencial a capital, donde el inmigrante puede obtener préstamos y créditos para iniciar sus propios negocios (Light, 1984; Aldrich y Waldinger, 1990; Barros Nock, 2004).

Como se mencionó anteriormente, la mayoría de los estudios sobre enclaves étnicos pone especial énfasis en la oferta de trabajo como principal elemento a estudiar (Portes y Bach, 1985; Portes y Jensen, 1987; Portes y Stepick, 1993; Portes y Rumbaut, 1996). Sin embargo, se abren posibilidades cuando se estudia a los emprendedores y trabajadores por su cuenta. El comercio es un sector económico que ofrece múltiples oportunidades para que los inmigrantes encuentren trabajo por cuenta propia y prueben su capacidad emprendedora. Es indudable la importancia de los negocios étnicos en las economías urbanas de Estados Unidos en la actualidad (véase Light y Rosenstein, 1995; Portes y Stepick, 1993). La existencia de enclaves étnicos trae ventajas para aquellos que quieren aventurarse y trabajar por su cuenta. Por ejemplo, Portes y Sassen-Koob (1987: 48), cuando hablan de actividades empresariales en la economía informal, argumentan que “las comunidades de inmigrantes han provisto de mucho del trabajo necesario para éstas; por ejemplo han provisto de lugares/espacios para su desarrollo y han proporcionado el empuje empresarial necesario para iniciarlas” (traducción mía, citado en Rath, 2000: 3).

Otro factor a considerar es la desventaja en que se encuentra el inmigrante en el mercado laboral y en general el racismo existente en la sociedad norteamericana. La exclusión de los inmigrantes en la economía los lleva a desarrollar trabajos por cuenta propia; dicho de otra manera,

los problemas estructurales, donde la economía no ofrece alternativas de trabajo, orillan a los inmigrantes a buscar trabajo por su cuenta (Portes y Bach, 1985; Light, 1979).

En el estudio de los empresarios hay que tomar en cuenta a todo el grupo (*cluster*), ya que los negocios exitosos deben su éxito a que están incrustados en el enclave étnico, en una red de negocios. Los empresarios étnicos se siguen unos a otros construyendo escaleras que permiten a los nuevos subir y crear sus propios negocios, muchas veces subcontratando o formando parte del negocio. El tipo de beneficios obtenidos puede ser la existencia de trabajadores especializados y mano de obra barata, acceso a abastecedores de mercancía y servicios y acceso a información. En este caso, cuando hablamos de negocios, firmas y/o bodegas, nos referimos en sentido amplio a cualquier actividad económica o productiva, independiente o con apoyo familiar alrededor del comercio de frutas y verduras frescas.

Es necesario combinar elementos estructurales con el estudio de la agencia de los inmigrantes y las estrategias que utilizan para poder incrementar su espacio de maniobra e iniciar su propio negocio. Cada enclave tiene sus propias características y es definido por el tipo de actividad económica predominante que se realiza. El caso que a continuación presento es un enclave formado por mercados de abastos, bodegas, mercados satélite, supermercados y tiendas de abarrotes. Específicamente presento el caso de pequeños y micro empresarios que tienen sus bodegas en el mercado de la Calle Siete. El comercio de frutas y verduras frescas tiene sus propias características y reglas. El enclave de Los Ángeles no sólo da oportunidades a los inmigrantes sino también a la población de la frontera, con la que se han hecho redes y afianzado transacciones comerciales. Dicha población aprovecha el enclave para hacer negocios sin que esto signifique tener que emigrar a Estados Unidos. Por lo tanto, se puede decir que el enclave étnico mexicano de Los Ángeles tiene impacto en toda la región fronteriza. Estos espacios pueden llegar a tener un carácter transnacional, basándose en redes en las que el buen funcionamiento de la empresa en Estados Unidos requiere de la participación de diferentes actores en los dos lados de la frontera (Barros Nock, 1998, 2001).

El comercio es uno de los mejores ejemplos de cómo los enclaves rebasan el territorio y se convierten en espacios sociales transnacionales, donde las redes juegan un papel importante y donde el enclave tiene impacto no sólo en un territorio local determinado sino sobre toda una

región a través de las redes, como es el caso del comercio de frutas y verduras en Los Ángeles, con un efecto que abarca de Los Ángeles a Tijuana, que da lugar a un comercio en pequeña escala transfronterizo (Barros Nock, 2001). La concentración espacial es socialmente producida por la demanda de mercancías determinadas y de mercados, no sólo por los mercados de trabajo. Portes, Guarnizo y Haller (2002) nos hablan de la inmigración transnacional como una forma alternativa de adaptación económica para las minorías étnicas, basada en la movilización de redes sociales a través de países.

MEXICANOS Y SALVADOREÑOS EN LOS ÁNGELES

Con más de cuatro millones de inmigrantes de origen latino o hispano, el condado de Los Ángeles cuenta con una de las poblaciones de inmigrantes más grande de Estados Unidos, lo cual también explica la fragmentación étnica de la economía de Los Ángeles. La mayoría de los grupos étnicos está concentrada en dueños o en trabajadores de un pequeño número de industrias (Waldinger y Bozorgmehr, 1996). En Los Ángeles se encuentra la población de inmigrantes mexicanos más grande de Estados Unidos, en su mayoría no calificada y con poca educación (Waldinger y Bozorgmehr, 1996).

De acuerdo con la Oficina de Estadística de Estados Unidos (US Bureau of Census), para el año 2000, de 35 305 818 millones de personas de origen hispano en Estados Unidos, 58.5% era de origen mexicano (20 640 711). Viven principalmente en cinco estados del sur: Arizona, California, Colorado, Nuevo México y Texas, de los cuales California, y especialmente el condado de Los Ángeles, da residencia a más de 3.5 millones de individuos de origen mexicano (mexicanos-norteamericanos e inmigrantes mexicanos) (2000 US Census). La población mexicana ha crecido rápidamente en las últimas décadas: vienen a Estados Unidos utilizando las cuotas especiales para la reunificación de familiares y como inmigrantes indocumentados (Waldinger *et al.*, 1990: 74). Sin embargo, como se puede observar en el cuadro 1, la población de mexicanos en el condado de Los Ángeles ha disminuido entre 1990 y 2000. Esto se debe, entre otras razones, a que los mexicanos están migrando a otras ciudades e incluso a otros estados en busca de trabajo, de casas menos caras y de lugares más seguros donde sus hijos puedan crecer lejos de las guerras

de pandillas.³ Los mexicanos habitan en su mayoría en la parte este de Los Ángeles, que se ha convertido en un lugar seguro para los nuevos inmigrantes indocumentados.

CUADRO 1
POBLACIÓN DE ORIGEN HISPANO EN LOS ÁNGELES (1990 Y 2000)

	1990			2000		
	<i>Estados Unidos</i>	<i>Condado Los Ángeles</i>	%	<i>Estados Unidos</i>	<i>Condado Los Ángeles</i>	%
Total	248 709 873	8 863 164		281 421 906	9 519 338	
Total hispanos	21 900 000	4 714 000	100	35 305 818	4 242 213	100
Mexicanos	13 393 000	3 736 000	79.25	20 640 711	3 041 974	71.70
Salvadoreños	565 000	302 000	6.40	655 165	187 193	4.40
Guatemaltecos	269 000	159 000	3.37	372 487	100 341	2.40

Fuente: U.S. Census Bureau, 1990 y 2000.

Los tres grupos étnicos hispanos más grandes de Los Ángeles son los de mexicanos, salvadoreños y guatemaltecos (véase cuadro 1). Como mencioné anteriormente, algunos autores consideran que ninguno de estos grupos tiene muchos negocios propios o contrata numerosos trabajadores coétnicos (Waldinger y Bozorgmehr, 1996; Bohon, 2001). Sin embargo, ninguno de estos autores establece cuál es el número necesario tanto de negocios como de trabajadores étnicos para que pueda existir un enclave económico étnico.

Los centroamericanos han tenido una historia migratoria muy diferente a la mexicana. Es importante mencionar algunas diferencias y cambios en los patrones de migración que se han encontrado entre la población de origen mexicano y la centroamericana. Estos cambios están relacionados con condiciones macroestructurales en Estados Unidos y en los países de origen, así como con cambios en las expectativas y posibilidades de los actores que intervienen, los cuales mencionaré brevemente a continuación.

Durante las dos guerras mundiales, la emigración de mexicanos creció constantemente, interrumpida por el periodo de la Gran Depresión. La

³ En la actualidad estoy llevando a cabo una investigación con profesores y alumnos del CIESAS y de la University of California, Santa Barbara (UCSB) en el Valle Central de California, y éstas son las respuestas más comunes que obteníamos de personas provenientes de Los Ángeles.

escasez de trabajo durante las guerras trajo consigo la elaboración de programas laborales. En su mayoría, los mexicanos se encontraban trabajando en la agricultura. La Revolución mexicana (1910-1917) y la rebelión cristera en el centro-oeste de México (1926-1929), motivaron a muchas familias a migrar al norte y muchas de éstas se instalaron en los barrios en crecimiento de Los Ángeles, El Paso y San Antonio. Algunos de los miembros de las bodegas que entrevisté en el mercado de la Calle Siete, llegaron durante este periodo a Estados Unidos.

Entre 1942 y 1964 el gobierno de Estados Unidos puso en marcha el Programa Bracero y se establecieron casi cinco millones de contratos temporales con trabajadores mexicanos. Más de cinco millones de mexicanos indocumentados fueron deportados en el mismo periodo (Samora, 1971: 57). Fue durante la recesión posterior a la guerra de Corea que se echó a andar la Operación Espalda Mojada (Operation Wetback) y más de un millón de mexicanos fue deportado (Bustamante, 1975). Sin embargo, la emigración continuó y muchos mexicanos entraron a Estados Unidos al final de los años cincuenta a través del Programa Bracero. Los contratos de dicho programa estaban dirigidos a los hombres; se requería de una fuerza laboral flexible que pudiera ser coordinada con las estaciones agrícolas y que externalizara los costos de la reproducción de la fuerza laboral a México.

Aunque muchos de estos mexicanos comenzaron trabajando en las áreas rurales, para finales de los años sesenta una porción considerable de ellos había encontrado su camino hacia los centros urbanos, donde trabajaban en semilleros, en la construcción, en restaurantes y hoteles, en centros de lavado de carros y en mercados.

Éste es el caso de Pepe, nacido en Michoacán, quien emigró como indocumentado a los Estados Unidos en 1967. Según cuenta, llegó a Los Ángeles a las doce del día, y a las doce de la noche ya estaba trabajando en el mercado. Su tío, quien le consiguió el trabajo, llegó a Estados Unidos a través del Programa Bracero. Empezó a trabajar en el campo donde conoció a un intermediario que lo introdujo al mercado de abastos de la Calle Siete de Los Ángeles. Pepe trabajó en el mercado más de veinte años antes de poder iniciar su propio negocio.

Los inmigrantes mexicanos contemporáneos se caracterizan por una creciente presencia de mujeres y familias enteras, con residencia permanente, así como empleo en diversos sectores de la economía (Hondagneu-Sotelo, 1994).

El creciente cambio de inmigración temporal a permanente, provocó sentimientos de xenofobia que desembocaron en el Acta de Control y Reforma Inmigratoria (Immigration Reform and Control Act, IRCA) de 1986. La creciente xenofobia ha sido una respuesta no tanto a la migración temporal, sino al establecimiento permanente de inmigrantes documentados e indocumentados. Mientras que muchos ciudadanos norteamericanos dan la bienvenida a los servicios llevados a cabo por los inmigrantes, se muestran reticentes a la incorporación permanente de inmigrantes asiáticos y latinoamericanos. La mencionada propuesta tenía el objetivo de disminuir la inmigración de indocumentados, imponiendo sanciones (penalidades civiles y criminales) a las personas que con conocimiento contrataban a trabajadores indocumentados.

Asimismo, incluía una legislación de amnistía para trabajadores indocumentados que cumplieran con una serie de requisitos; 2.3 millones de mexicanos se inscribieron en el programa de amnistía. Estas medidas aceleraron la integración y permanencia de inmigrantes a largo plazo. Éste es el caso de muchos de los mexicanos que trabajan en el mercado Siete de Los Ángeles, quienes obtuvieron su ciudadanía a través de la ley de amnistía.

Estas modificaciones en los patrones de inmigración y en la legislación, produjeron cambios en las expectativas y aspiraciones de los inmigrantes mexicanos en lo concerniente a su estancia en Estados Unidos. Ya no es más un lugar donde trabajar por unos meses y regresar a México como sus padres lo hicieron. Ahora buscan trabajos más estables y en lo posible ser sus propios patrones. El mercado ofrece esta posibilidad de independizarse de las instituciones norteamericanas y trabajar por cuenta propia.

A diferencia de los mexicanos, la mayoría de los salvadoreños inició su emigración a Estados Unidos a finales de los años setenta y ochenta debido a razones tanto políticas como económicas. En comparación con la inmigración de mexicanos a Estados Unidos, se puede decir que es un grupo de inmigrantes recientes. La inmigración de centroamericanos, y en especial de salvadoreños en Los Ángeles, creció considerablemente en los años ochenta. López *et al.* (1996: 279-280), en su estudio sobre salvadoreños y guatemaltecos en Los Ángeles, caracterizan a este grupo como comunidades que, en su mayoría, nacieron en el país de origen. Los nacidos en Estados Unidos son en su mayoría hijos de los inmigrantes recientes. Están activamente integrados a la economía de Los Ángeles pero, sobre todo, en trabajos mal pagados y continúan hablando en su

idioma. Tienen uno de los más altos índices de indocumentados en Estados Unidos. Pocos son de clase media, la mayoría es de origen humilde con poca educación o recursos de otro tipo. Sin embargo, otros investigadores tienen evidencia de que el nivel de educación no es tan bajo como se piensa; por ejemplo, Castillo sugiere

[...] que la mayoría de la población de origen Centro Americano posee un nivel intermedio de escolarización y capacitación para el trabajo, lo cual les permite emplearse en actividades semi-calificadas, ocupar posiciones intermedias en la escala de posiciones en el trabajo e incluso tener acceso —en algunas ramas— a ingresos superiores a los de los inmigrantes mexicanos [...] (1999: 37).

La tasa de crecimiento de los inmigrantes salvadoreños en Estados Unidos fue de 15.9% de 1980 a 1990, más del doble que la de los mexicanos que fue de 6.7% (Castillo, 1999: 52). Para 1990 se encontraba 44% de todos los centroamericanos en Estados Unidos y más de la mitad de salvadoreños y guatemaltecos en Los Ángeles.

UN ENCLAVE ECONÓMICO MEXICANO

La existencia de más de cuatro millones de mexicanos y centroamericanos en Los Ángeles proporciona la primera condición básica para el desarrollo de un enclave económico étnico: millones de consumidores que demandan productos étnicamente definidos. Se ha creado una serie de mercados de abasto, bodegas, supermercados, tiendas de abarrotes, etcétera, que abastecen a esta población de productos hechos en México y de alimentos necesarios para la cocina mexicana y crecientemente centroamericana. En estos supermercados encontramos Coca-Cola hecha en México, shampoo L'oreal hecho en México, mole Doña María, hojas de plátano para hacer tamales, tortillerías, pancita, es decir, mercancías que les recuerdan su casa y la vida que dejaron atrás.

La segunda condición básica para el desarrollo de un enclave económico étnico es la existencia de abundante mano de obra barata. En el cuadro 2 podemos ver la distribución ocupacional de salvadoreños y mexicanos. Los dos grupos de inmigrantes trabajan en sectores económicos mal pagados, como son los servicios y el transporte.

CUADRO 2
DISTRIBUCIÓN OCUPACIONAL DE ALGUNOS GRUPOS DE INMIGRANTES
EN LA REGIÓN DE LOS ÁNGELES, 1990 (TRABAJADORES DE 25-64 AÑOS)

	<i>Salvadoreños</i>	<i>Guatemaltecos</i>	<i>Mexicanos</i>	<i>No hispanos</i>
	%	%	%	%
Profesionista/tec/directivo	7.3	6.9	7.3	42.0
Venta/administrativo	13.3	12.3	11.8	30.1
Artesanías	15.4	17.4	18.7	30.1
Transporte/operario	25.6	23.1	28.5	6.4
Servicio	31.1	32.0	18.4	8.3
Trabajador	6.3	6.6	8.8	1.9
Agricultura	2.0	1.7	6.6	.7
Total trabajadores	108 240	56 866	692 189	4 063 573

Extraído de López *et al.* (1996:295).

Contamos por lo tanto con dos de los requisitos para la formación de enclaves étnicos: millones de consumidores que prefieren adquirir productos étnicamente definidos, sobre todo en lo concerniente a la comida que consumen, y mano de obra barata abundante. En el enclave mexicano de Los Ángeles los inmigrantes indocumentados encuentran un posible punto de entrada donde existen ofertas de trabajo, que no les exige experiencia o conocimiento del inglés y donde encuentran afinidad cultural.

Una de las actividades económicas donde encontramos mayor número de emprendedores y trabajadores por cuenta propia en Los Ángeles, es en el comercio. Quisiera introducir a continuación algunas características del comercio de frutas y verduras al mayoreo.

El comercio de frutas y verduras frescas al mayoreo en Los Ángeles

Desde principios del siglo pasado, Los Ángeles ha sido uno de los centros comerciales de productos agrícolas más grandes e importantes de todo Estados Unidos. El mercado de la Calle Siete y el mercado de la Calle Nueve eran, hasta 1986, los principales mercados de abasto de frutas y verduras frescas de la ciudad. Estos mercados vendían productos frescos al mayoreo provenientes de California, de otros estados de la Unión Americana y de otros países. El comercio de frutas y verduras

frescas ha sido abastecido durante décadas por productos mexicanos, especialmente durante los meses de invierno. Actualmente, Los Ángeles es la ciudad norteamericana que tiene la mayor distribución de frutas y verduras provenientes de México. Los mercados de Los Ángeles abastecen a otros estados de Estados Unidos y exportan a diferentes partes del mundo como Europa, Canadá y Japón. Los Ángeles continúa siendo uno de los mercados de abasto de frutas y verduras frescas más grandes del mundo (Álvarez, 1990). Los inmigrantes mexicanos empezaron a trabajar en estos mercados desde los años veinte.

Para los años setenta, la población de mexicanos inmigrantes en Los Ángeles había crecido, y los mercados tanto de Los Ángeles como de Tijuana se convirtieron en una posibilidad de trabajo para muchos mexicanos que emigraban del centro y sur de su país en busca de trabajo. La mayoría se inició en el mercado en los trabajos más bajos y mal pagados, como es el del cargador por hora, para después pasar a trabajar de manera permanente para una bodega y de ahí ir ascendiendo en la jerarquía laboral hasta llegar a ser compradores y vendedores para los bodegueros. Esto permitió que fueran conociendo el negocio y haciendo contactos con intermediarios, distribuidores y consumidores. Con el tiempo algunos de ellos utilizarían estos contactos para establecer su propio negocio. Si una firma fracasa, es común que los empleados de alto rango aprovechen las redes de sus jefes, es decir los contactos y la clientela, para abrir su propio negocio; como menciona Light, el propio mercado es una escuela para sus trabajadores.

A mediados de los años ochenta sucedieron cambios importantes. En 1986 se construyó la Terminal de Abasto (Wholesale Terminal Market) a un lado del mercado de la Calle Siete. La construcción de la nueva terminal modificó sustancialmente la estructura del comercio al mayoreo: está adaptada a las necesidades tecnológicas del comercio al mayoreo moderno,⁴ lo cual atrajo firmas grandes y medianas que se encontraban localizadas en los mercados de la Calle Siete y Nueve. Tres familias de mexicanos-norteamericanos que habían trabajado en el mercado por décadas y habían logrado crear grandes empresas transnacionales en el comercio de frutas y verduras frescas, se mudaron a la nueva terminal.

Esto dejó espacio en los otros mercados para nuevos empresarios en el negocio de frutas y verduras. El mercado de la Calle Nueve fue ocu-

⁴ En la nueva terminal las bodegas estaban en venta para aquellos que quisieran ser socios; cada bodega cuesta alrededor de tres millones de dólares.

pado en su mayoría por empresarios asiáticos que se especializaron en productos típicos de la cocina oriental. En el mercado de la Calle Siete, el espacio que quedó vacío fue ocupado en 80% por empresarios de origen mexicano, en su mayoría inmigrantes. Sin embargo, este proceso llevaría varios años en consolidarse. La alta concentración de mexicanos y latinos en Los Ángeles permitió el desarrollo de un mercado al mayoreo que se caracterizó por vender frutas y verduras típicas de la cocina mexicana como chiles, epazote, hojas de maíz, nopales, tunas, etcétera. Comerciantes de Tijuana también se vieron atraídos por las nuevas posibilidades y algunos probaron suerte en el mercado de la Calle Siete.

Esta actividad económica está localizada en un área específica de Los Ángeles. La nueva Terminal de Abastos, el mercado de la Calle Siete, el mercado de la Calle Nueve, así como mercados satélites y bodegas fuera de los mercados principales y supermercados, se encuentran localizados en una extensión de alrededor de 20 hectáreas, formando una área comercial en el centro-este de Los Ángeles.⁵ Así se cumple la tercera condición para la formación de un enclave económico étnico, que es la especificidad geográfica de un lugar céntrico.

El mercado de la Calle Siete ha estado en constante transformación, adaptándose a las necesidades y posibilidades de sus integrantes, y creándose nuevas redes y relaciones sociales. El surgimiento de nuevas firmas y negocios ha sido constante, lo cual se refleja en el creciente número de bodegas existentes en el centro-este de Los Ángeles. En 1988, Álvarez encontró un total de 36 negocios dentro del mercado (Álvarez, 1990: 113); en el verano de 1997 había 66 bodegas, lo que significa que el número de ellas casi se duplicó en nueve años. Este crecimiento no es exclusivo del mercado de la Calle Siete; el número de bodegas localizadas fuera del mercado también creció: Álvarez menciona que había aproximadamente 45 establecimientos alrededor de la Terminal de Abastos (1990: 117); para 1997 había más de 65.

La creciente demanda de productos provenientes de México dio un fuerte impulso al comercio en Tijuana, convirtiéndose en un importante punto de entrada a Estados Unidos. Los puertos de entrada por tierra a este país son San Isidro y Mesa de Otay, que combinados son los puertos de entrada por tierra más grandes del mundo. En promedio, 25 000 camiones con productos agrícolas entran a California (Álvarez, 1998).

⁵ Para un análisis completo de la jerarquía en los mercados de abasto de Los Ángeles, véase Álvarez, 1990.

Comerciantes de Los Ángeles y Tijuana compran productos de regiones cada vez más lejanas de la frontera, como son Jalisco, Colima, Morelos y Oaxaca. Mandan a sus compradores en busca de productos agrícolas de precio competitivo, y algunos de ellos incluso negocian contratos de producción y comercialización con los productores (Barros Nock, 2000). Desde la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), el número de mercados de abasto en Tijuana ha crecido; a finales de los años noventa había siete mercados de abasto y más de treinta mercados de frutas y verduras al menudeo (Álvarez, 1998: 65). En el caso del enclave económico mexicano de Los Ángeles tenemos los dos factores: una concentración territorial y la consolidación de redes sociales transnacionales y empresas familiares transnacionales en el comercio de frutas y verduras frescas. En el caso del enclave económico mexicano de Los Ángeles, las redes comerciales con México juegan un papel muy importante en el desarrollo y competitividad de los pequeños y medianos negocios y empresas. La presencia de empresas familiares transnacionales en el mercado de la Calle Siete se ha convertido en una forma de organización económica que permite a los inmigrantes mexicanos participar en un mercado altamente competitivo y tecnificado (Barros Nock, 1998 y 2001, y Álvarez, 1994 y 1998).

Uno de los cambios más visibles que se ha llevado a cabo en el mercado de la Calle Siete, ha sido la proliferación de pequeñas firmas y microfirmas. A través de los años, el acceso a las bodegas ha cambiado; en un principio el tamaño de las bodegas que se rentaban era fijo, lo que significaba la necesidad de tener un capital determinado para pagar las altas rentas. La mayoría de las firmas eran medianas. Una firma mediana tiene uno o dos refrigeradores, contrata de cinco a 12 trabajadores permanentes, tiene de dos a cuatro camiones con refrigeración y cuenta con proveedores y clientes estables. Actualmente se pueden rentar espacios pequeños, que utilizan un refrigerador o lo comparten con otros bodegueros, se emplea únicamente personal temporal y se cuenta con una o dos camionetas sin refrigeración. Las pequeñas firmas generalmente tienen dificultades para retener clientes y conseguir proveedores estables. Estas pequeñas firmas subarriendan espacio en sus bodegas a microfirmas, como estrategia para incrementar sus ingresos. Las microfirmas no tienen refrigeradores, tienen una camioneta *pick-up* o combi como medio de transporte, y contratan trabajadores por hora.

En 1997 había 15 microfirmas en el mercado de la Calle Siete. Las pequeñas firmas y en especial las microfirmas tienen constantes

problemas financieros, así como conflictos con sus consumidores y con sus proveedores; aparecen y desaparecen constantemente cambiando de dueños. De ser un mercado exclusivamente al mayoreo, ahora también se vende al medio mayoreo y al menudeo. Estos cambios en el mercado han permitido que mexicanos y, últimamente, centroamericanos prueben su suerte en el negocio de las frutas y verduras frescas. Para 1998 había tres pequeñas bodegas rentadas por salvadoreños y dos microbodegas que subarrendaban un espacio a pequeños bodegueros salvadoreños.

A finales de los años ochenta y principios de los noventa no había centroamericanos trabajando por su cuenta en el mercado; fue hasta mediados de los noventa que éstos empezaron a aventurarse en el negocio. Para ellos las condiciones estaban dadas en el mercado: lo que para algunos empresarios mexicanos llevó más de veinte años lograr, los salvadoreños lo consiguieron en unos pocos años. Contaron con ventajas que los mexicanos no tuvieron; una de ellas fue el hecho de que los mexicanos ya se habían apropiado física y socialmente del mercado; habían abierto espacios para que los inmigrantes pudieran probar su capacidad como emprendedores. El ser latino, el hablar el mismo idioma que los mexicanos y el tener trazos culturales similares, ha permitido a los salvadoreños entrar al mercado con mayor facilidad que otros grupos étnicos, aunque no sin problemas. Por ejemplo, no encontramos negocios de asiáticos o europeos del Este en el mercado de la Calle Siete, aunque sí hay muchos consumidores de éstos y otros grupos étnicos que buscan mercancías baratas.

Las pequeñas firmas y microfirmas se han caracterizado por utilizar tres estrategias básicas (aunque no exclusivamente éstas): 1) para bajar el precio de los productos que ofrecen en el mercado, los importan de México, sobre todo durante el invierno y primavera. Ofrecen mercancía de segunda y tercera clase. 2) Esto lo logran haciendo uso de sus redes sociales en México, las cuales refuerzan con parientes y compadres que viven en ese país, convirtiendo a sus empresas en familiares, que pasan así de locales a transnacionales. 3) Hacen uso de mano de obra familiar y mano de obra barata existente en el mercado, lo que significa que ofrecen empleo a inmigrantes nuevos, o a indocumentados que están dispuestos a trabajar por salarios más bajos. No me fue posible recabar el número de trabajadores salvadoreños, ya que la mayoría son temporales y trabajan por hora. Sin embargo, su presencia se hacía notar, ya que ofrecían su trabajo más barato que los mexicanos, lo que estaba afectando

negativamente los ingresos de ambos grupos de trabajadores inmigrantes y provocaba conflictos en el mercado entre los dos grupos étnicos.

Un ejemplo es el caso de los hermanos López de El Salvador, ellos migraron a Estado Unidos a principios de los noventa en busca de trabajo, huyendo de la pobreza en su pueblo de origen. En El Salvador trabajaban en el campo y tenían una pequeña tienda de abarrotes. Cuando llegaron a Los Ángeles trabajaron como limpiadores en un supermercado. Ellos querían trabajar en el comercio y buscaron trabajo en el mercado de la Calle Siete. Primero trabajaron con una microempresaria mexicana llamada Lupe, quien los contrataba por hora para descargar y cargar la fruta cuando fuera necesario. Lupe subarrendaba un pequeño espacio en el mercado, no tenía refrigerador, contaba con una pequeña camioneta. Ella se encargaba de la bodega y los clientes que vinieran a ella y su hermano se encargaba de buscar mercancía y compradores. Sólo vendían fruta y verdura que no necesitara de mucha refrigeración como cebollas y naranjas. Sin embargo su negocio no iba muy bien, constantemente se le maduraba muy pronto y descomponía la mercancía en la bodega y sus compradores no le pagaban la mercancía que le debían.

Los hermanos, con sus ahorros, pudieron comprar una combi y le ofrecieron a Lupe salir a las calles de Los Ángeles y vender la fruta en las esquinas, cobrando una comisión. El arreglo funcionó bien, después de un año Lupe les rentó una parte de su pedazo que ella subarrendaba a un bodeguero. Finalmente Lupe se tuvo que retirar del negocio y los hermanos López se quedaron con el pedazo completo y heredaron algunos de los clientes y contactos de Lupe. Pero ellos también tenían problemas, por un lado no tenían las redes para comprar la verdura en México, por lo que tenían que comprar mercancía de los grandes y medianos bodegueros, lo cual los dejaba con mínimas ganancias. Trataron de llevar sus productos a las zonas de Los Ángeles donde viven la mayoría de los salvadoreños y conseguir así consumidores estables, pero aún no habían logrado tener un flujo constante de mercancía que les permitiera abastecer constantemente a sus consumidores.

Como vemos, la necesidad de capital fue mínima y pudieron entrar al mercado primero como trabajadores y luego, gracias al hecho de que contaban con transporte pudieron empezar su propio negocio. Sin embargo, el no contar con redes transnacionales que les permitan tener un contacto directo con intermediarios y productores en México, les ha dificultado conseguir mercancía barata y competir en el mercado.

EL MATRIMONIO Y EL COMERCIO DE FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS

Es importante señalar que las condiciones y demandas impuestas a los emprendedores y trabajadores por cuenta propia y sus características, son diferentes y cambian dependiendo de la actividad económica en que se encuentren. El comercio al mayoreo y medio mayoreo de frutas y verduras frescas, tiene características muy particulares de funcionamiento y organización que hay que tomar en cuenta para entender la participación y desarrollo de pequeños empresarios mexicanos y salvadoreños.

El comercio al mayoreo necesita de los siguientes prerrequisitos: capital, mano de obra barata, regularidad, suficiencia y seguridad; transporte suficiente y a precios razonables; facilidades de almacenamiento; acceso a información, medios de comunicación accesibles y eficaces; servicios personalizados que afiancen a los clientes y reduzcan los riesgos; consumidores seguros y un equipo leal y de confianza.

En un trabajo hecho por Sanders y Nee (1996), donde estudian a cuatro grupos asiáticos (chinos, coreanos, filipinos e indios) y tres latinos (cubanos, mexicanos y puertorriqueños), comparan la relación entre estatus familiar y trabajo por cuenta propia, llegando a la conclusión de que en cada grupo étnico, el estar casados incrementa las oportunidades de ser trabajadores por cuenta propia.

En el comercio de frutas y verduras encontramos la misma tendencia. Al ser indispensable el trabajo en equipo y el poder confiar en la gente con quien se trabaja, el matrimonio se convierte en una estrategia para poder abrir una bodega en el mercado y crear una empresa familiar. Analizando las historias de vida de los bodegueros y sus esposas, pude encontrar las siguientes constantes en las estrategias de inmigrantes mexicanos que tenían bodegas:

1. La mayoría de los bodegueros mexicanos se inició en el comercio desde abajo, es decir, entraron al mercado trabajando primero por hora en trabajos mal pagados y fueron poco a poco conociendo el trabajo, a los dueños, a los abastecedores y a los consumidores. De esta manera fueron creando sus redes y conociendo el negocio. El momento clave para muchos fue cuando lograron conseguir la ciudadanía a finales de los años ochenta, lo cual cambió sus expectativas de vida en Estados Unidos. Esto unido a la apertura de espacios en el mercado de la Calle Siete cuando se construyó la Terminal de Abastos.

Tenemos el caso de Chucho, quien llegó a Los Ángeles de 15 años en los setenta. Llegó a trabajar con un tío que había venido de bracero y se quedó a vivir en California. Su tío le consiguió trabajo en el mercado primero de cargador y limpiando y trapeando las bodegas. Trabajaba por hora y sólo algunas horas a la semana. Así trabajó por algunos años hasta que un paisano le dio trabajo permanente en su bodega como cargador de camiones. Entraba a trabajar todas las noches a las tres de la mañana y salía a las 13:00 horas. Cuando fue la amnistía en los ochenta pudo obtener los documentos necesarios para solicitar sus papeles y obtuvo su ciudadanía. Hasta este momento Chucho estaba como indocumentado y pensaba regresar a México. Pero una vez que obtuvo sus papeles, sus posibilidades cambiaron. Chucho comenta: “Cuando recibí mi ciudadanía decidí que tenía que hacer algo más permanente que ser un simple trabajador, tener algo mío, ser mi propio dueño ya que me iba a quedar en este país”.

En la bodega donde trabajaba lo habían hecho comprador, esto significaba que salía a los campos en California a tratar con las empacadoras, a comprar productos y una vez que tuvo papeles pudo viajar a México en busca de productores que le vendieran frutas y verduras a mejores precios. Regresó a su ciudad natal en Jalisco y se puso en contacto con sus familiares quienes eran ejidatarios, y empezó a comprar productos a los productores de la región donde nació. Así fue armando su propia red en la cual un hermano se encargó de los contratos de comercialización en México con los productores, un primo recibía la mercancía en Tijuana y Chucho en Los Ángeles. A finales de los ochenta contrajo matrimonio y después de tres años Chucho y Alejandra decidieron probar su suerte y abrir su propia bodega. Rentaron la mitad de una bodega con un refrigerador.

2. Casi todos los bodegueros entrevistados abrieron sus propias bodegas después de contraer matrimonio. El trabajo en el mercado es de equipo y necesitan del trabajo leal y barato de la pareja y la familia. Son negocios que necesitan, por un lado, de mano de obra familiar que les ayude a reducir sus costos y, por otro, de personas en quien confiar. Una persona sola no puede abrir su propia bodega, ya que el dueño pasa largas horas fuera del mercado ya sea comprando mercancía, buscando consumidores, en los bancos o tratando de cobrar las deudas. Esto significa que requieren de alguien fijo en el mercado en quien puedan confiar. Aquí es importante aclarar que no quiero decir que las personas contraigan matrimonio por conveniencia para poder abrir un negocio, como estrategia económica. Lo que quiero decir es que una vez casados, el incursionar en actividades por cuenta propia y probar su capacidad emprendedora, es más fácil, o digamos menos difícil, para la pareja que para una persona soltera.

3. Por lo tanto, las mujeres juegan un papel importante en el desarrollo de las empresas familiares. Es frecuente que las mujeres trabajen en el mercado, así como encontrar a la esposa, la madre, la prima, la tía o la hermana encargadas de la bodega. Ellas atienden a los clientes que acuden al mercado, vigilan a los trabajadores y llevan la contabilidad de la empresa. Al momento de hacer la investigación entrevisté a 22 mujeres en las bodegas: dos de ellas eran dueñas de las bodegas; trabajaban con familiares pero ellas eran las que tomaban las decisiones finales y tenían el control de las bodegas. Quince trabajaban con sus maridos; juntos abrieron la bodega e iniciaron el negocio. Se consideraban socias de la empresa; recibían un salario semanal pero también cuando había ganancias recibían parte de éstas. De las cinco restantes, una era mamá del dueño, Pablo, quien la trajo de México para que lo ayudara a cuidar de la bodega, ya que su esposa tenía hijos pequeños y no quería dejarlos solos. Las otras cuatro trabajaban para sus hermanos por un salario, ayudándolos en la empresa.

Una de las preguntas sería si el trabajo en las bodegas empodera a las mujeres y cambia las relaciones de género. Éste es un tema a tratar con más profundidad. Los casos estudiados en el mercado marcan algunas tendencias:

1. En el mercado, el papel de las mujeres en las pequeñas empresas familiares es activo; se encargan de los clientes que vienen a la bodega, vigilan a los trabajadores y la mayoría llevan las cuentas.

2. No sólo reciben un salario sino que la mayoría se benefician cuando hay ganancias, aunque también cuando hay pérdidas trabajan por menos o ninguna retribución monetaria.

3. Sin embargo, que esto implique un cambio en las relaciones de género dentro de la familia, es un tema para investigarse. Según las mujeres entrevistadas, los hombres no participaban en las labores familiares, la vida familiar seguía igual.

Me gustaría mencionar el caso de Ana y Pedro, ellos tienen una red de distribución de chiles, y su cuñado maneja la bodega que la familia tiene en Tijuana. En una ocasión su cuñado le pidió a Ana que se fuera tres meses a Tijuana a entrenar a su cuñada a cómo llevar las cuentas de la bodega. Ana me menciona cómo la situación de su cuñada es totalmente distinta a la de ella, su cuñada no recibe ni salario, ni ganancias, ni participa en la toma de decisiones. El simple cruzar la frontera, dentro de la misma empresa familiar, lleva a distintas relaciones de género.

Los salvadoreños que tienen bodegas con refrigeración han seguido la misma estrategia que los mexicanos, es decir, para abrir una bodega y empezar su propio negocio de compra-venta de frutas y verduras frescas, contrajeron matrimonio y después abrieron su bodega en el mercado. La diferencia es que se casaron con mujeres mexicanas. Como los mexicanos, empezaron como trabajadores en el mercado, lo que les permitió hacer contactos y formar redes, y entre estas redes encontraron a sus futuras esposas. Veamos el caso de Tito:

Tito nació en 1960. En El Salvador trabajaba como chofer. Empezó su camino hacia Estados Unidos en sus veintes huyendo de la guerra y la pobreza. En su paso por México, llegó a Tijuana donde trabajó una temporada en el mercado Hidalgo y donde empezó a conocer el negocio de las frutas y verduras. Por fin cruzó la frontera y decidió trabajar en el mercado como cargador, lo que le permitió conocer el mercado, su organización y funcionamiento y hacerse de contactos que utilizaría después. Trabajó en varias bodegas hasta que llegó a la bodega de Fidel, un mexicano que trabajó 10 años como cargador y cuando los bodegueros iniciaron su mudanza a la nueva Terminal, él continuó con algunos de los clientes que había conocido a través de los años e inició su propio negocio. Fidel proviene de Zacatecas y tiene redes con productores de chiles en el estado, especializándose en este producto. A Fidel lo ayuda su esposa quien se encarga de las cuentas y de la bodega. La hija mayor de Fidel se llama Adela y para hacer una historia larga corta, Adela y Tito se enamoraron y se casaron. Por un tiempo Tito siguió trabajando para su suegro como comprador hasta que decidieron independizarse del padre. De su suegro aprendió muchos de los secretos del negocio. Su suegro lo ayuda dándole acceso a sus redes, lo que le permite tener abastecedores seguros.

El negocio de frutas y verduras frescas es una actividad de equipo; las redes son cruciales para su buen funcionamiento y sus integrantes pasan buena parte de su tiempo haciéndolas, manteniéndolas y dándoles fuerza y durabilidad. Para muchos, es su entrada al negocio y a Estados Unidos. Existen diversas arenas donde los actores están en constante interacción y negociación sobre productos, precios y la calidad de éstos. Los actores aprovechan ocasiones para incrementar sus redes y adquirir información, como pueden ser pequeñas reuniones en el mercado cuando terminó el día de trabajo, en el cumpleaños de alguien o cuando un juego de fútbol se transmite durante horas de trabajo. Uno de los objetivos más importantes de una red es mantener un flujo constante de información y mercancías, que va de los agricultores a los consumidores. Para esto se

necesita de un equipo donde cada integrante desempeñe funciones específicas en la red.

Es común que relaciones informales sean el comienzo de una cooperación entre individuos que, con el tiempo, se llega a desarrollar en una red. Pero más importante que una relación de amistad o de paisanos, los lazos de parentesco y compadrazgo juegan un papel crucial en la creación, desarrollo y mantenimiento de una red. Uno de los objetivos de contratar a parientes es poder trabajar con un equipo de personas de confianza. El comercio de frutas y verduras en pequeña escala se basa en gran medida en relaciones de confianza, en tratos de palabra; por lo tanto, la honestidad y la confianza entre los compradores y los vendedores en los diferentes niveles de la red son de crucial importancia. Los códigos morales que rigen las relaciones de parentesco, donde se espera lealtad y honestidad entre los miembros de una familia, hace más difícil, aunque no imposible, que sus integrantes traicionen la confianza puesta en ellos por su familia.

Las pequeñas empresas familiares transnacionales tienen diversos orígenes: algunas se inician en México y se extienden hacia Estados Unidos, y otras surgen de inmigrantes mexicanos en los mercados que se extienden hacia México en busca de productos más baratos. Los salvadoreños no cuentan aún con estas redes y tienen que usar las redes sociales mexicanas e introducirse en ellas. Esto es lo que Tito hizo. Los tres salvadoreños que han podido abrir sus propias bodegas están casados con mexicanas que conocieron en el mercado, cuyas familias tienen también bodegas. De esta manera, a través del matrimonio, afianzan las relaciones dentro de redes sociales transnacionales que les dan mejores oportunidades en un negocio altamente competitivo.

También existen matrimonios entre mexicanos y mujeres provenientes de El Salvador y Guatemala, lo que les abre a sus parientes posibilidades para integrarse al comercio como trabajadores. El estar casadas con mexicanos que tienen negocios estables en el mercado trae algunas ventajas, además de tener acceso a información y redes sociales. Cuentan con la posibilidad de pedir préstamos a sus parientes y acceso a prestamistas dentro del mercado, pero sobre todo acceso al trabajo para sus familiares. Veamos el caso de María y Juan.

Juan tiene una pequeña bodega en el mercado, se especializa en vender sandías, tomates, chiles y cebollas. Tiene un refrigerador y un camión. Contrata a dos trabajadores permanentes y de vez en cuando necesita trabajadores

por hora. El llegó a Los Ángeles a finales de los setenta, tenía un tío trabajando en el mercado quien le consiguió trabajo. A principios de los noventa conoció a María y pronto se casaron. María nació en Guatemala y migró con su familia huyendo de la guerra. María conocía el negocio del comercio de su vida en Guatemala y decidieron con los ahorros y contactos de Juan abrir su propia bodega. Uno de los trabajadores permanentes que contratan, Luis, es hermano de María, y a veces contratan a sus primos por hora. De esta manera la familia de María, gracias a su matrimonio con Juan, ha podido tener trabajo en el mercado.

COMENTARIOS FINALES

En el presente artículo he presentado evidencia de la capacidad emprendedora de la población mexicana en el centro-este de Los Ángeles. La existencia de mercados de abasto, bodegas, supermercados, tiendas de abarrotes, concentrados en una área de alrededor de 20 hectáreas donde se venden frutas y verduras frescas, comida y otros productos étnicos que abastecen a la comunidad mexicana y latina, y donde la mayoría de los empresarios y dueños de negocios y sus trabajadores son de origen mexicano y crecientemente latino, da cuenta de la presencia de un enclave comercial mexicano.

Para muchos inmigrantes el éxito económico no es un hecho. En la mayoría de los casos sus negocios se caracterizan por ser actividades de bajo nivel económico. Operan en la parte más baja del mercado, donde los obstáculos para su admisión son grandes y sus posibilidades de desarrollo son mínimas, con enormes dificultades para salir adelante en sus negocios, muchas veces viéndose forzados a abandonar el mercado. Trabajan largas horas asistidos por familiares, haciendo uso de mano de obra barata de connacionales, y los beneficios obtenidos son mínimos.

Aquellos que logran desarrollar sus negocios en pequeñas y medianas empresas, son por lo general empresarios que lograron crear redes sociales transnacionales en México y Estados Unidos, y de esta manera pueden importar mercancías con precios competitivos en Los Ángeles.

Al profundizar en las relaciones sociales que se dan dentro de este enclave comercial y en cómo la población inmigrante se va apropiando de estos espacios socioeconómicos y desarrollando su capacidad empresarial, podemos ver que las relaciones familiares juegan un papel muy importante. Tomando como estudio de caso a los bodegueros del mercado de la Calle Siete, pudimos ver la importancia que tienen la familia, y el

matrimonio en particular, en la creación y desarrollo de las empresas familiares para el desarrollo de empresas comerciales en la venta de frutas y verduras frescas. A través de la familia y el matrimonio se conocen los secretos del negocio, se comparten contactos y redes, se tiene acceso a información y a capital, a trabajo barato y seguro y sobre todo leal, que está dispuesto a largas horas de trabajo. La empresa familiar transnacional ofrece la flexibilidad necesaria para ser competitivos en el mercado.

El papel de las mujeres en la creación y desarrollo de las pequeñas empresas ha sido crucial. Las mujeres trabajan en las bodegas, se encargan de atender a los consumidores que vienen a comprar al mercado, de vigilar a los trabajadores y de llevar la contabilidad.

Los salvadoreños se han ido integrando no sólo al negocio de las frutas y verduras en pequeña escala, sino que también se han integrado a las familias de mexicanos y a sus redes sociales. Se están integrando como pequeños empresarios y también como trabajadores a través de sus lazos de parentesco. El mercado de la Calle Siete, que a principios de los años noventa se consideraba como un mercado mexicano, poco a poco se está convirtiendo en un mercado latino.

BIBLIOGRAFÍA

ALDRICH, Howard, y Roger Waldinger. "Ethnicity and Entrepreneurship". *Annual Review of Sociology* (16) (1990): 111-35.

ÁLVAREZ, Roberto. "Mexican Entrepreneurs and Markets in the City of Los Angeles: a Case of an Immigrant Enclave". *Urban Anthropology*, vol. 19 (1-2) (1990): 99-124.

———. "Changing Ideology in the Transnational Market: Chile and Chileros in Mexico and the US". *Human Organization*, vol. 53 (3) (1994): 255-262.

———. "La Maroma, or Chile, Credit and Chance: an Ethnographic Case of Global Finance and Middlemen Entrepreneurs". *Human Organization*, vol. 57, (1) (1998): 63-82.

BARROS NOCK, Magdalena. "Small Transnational Family Enterprises and Wholesale Marketing in Los Angeles, California". *Frontera Norte* 19, vol. 10 (enero-junio de 1998): 21-34.

- . *From Maize to Melons. Struggles and Strategies of Small Mexican Farmers*. Amsterdam: CEDLA, 2000.
- . “Transborder Relations and Markets”. En *La economía de la frontera México-Estados Unidos en el siglo XXI/The U.S- Mexico Border Economy in the 21st. Century*, coordinado por Noé Arón y Paul Ganster, 150-167. México y Estados Unidos: El Colegio de la Frontera Norte, Banco de Reserva Federal, sucursal El Paso, Texas y la Universidad Estatal de San Diego, 2001. Página NOBE/REF en la dirección www.nobe-ref.org.
- . “Dinámicas internas del mercado de abastos de la Calle Siete en Los Ángeles, California”. En *Seminario permanente sobre migración internacional. Nuevas tendencias y nuevos desafíos*, volumen 1, coordinado por Jorge Santibáñez y Manuel Ángel Castillo. México: El Colegio de la Frontera Norte, El Colegio de México y Sociedad Mexicana de Demografía, 2004.
- BOHON, Stephanie. *Latinos in Ethnic Enclave. Immigrant Workers and the Competition for Jobs*. Nueva York y Londres: Garland Publishing, Inc., 2001.
- BONACICH, Edna. “A Theory of Middleman Minorities”. *American Sociological Review*, vol. 38 (1973): 583-594
- BUSTAMANTE, Jorge. *Espaldas mojadas: materia prima para la expansión del capital norteamericano*, Cuadernos del Centro de Estudios Sociológicos, núm. 9. México: El Colegio de México, 1975.
- CASTILLO, Manuel Ángel. “La migración en Centro América y su evolución reciente”. *Revista de Historia*, vol. 40 (julio-diciembre, 1999): 27-56.
- HALTER, Marilyn, coord. “Introduction. Boston’s Immigrants Revisited: the Economic Culture of Ethnic Enterprise”. *New Migrants in the Marketplace: Boston’s Ethnic Entrepreneurs*. Amherst: University of Massachusetts Press, 1995.
- HONDAGNEU-SOTELO, Pierrette. *Gendered Transitions*. Berkeley: University of California Press, 1994.
- LIGHT, Ivan. *Ethnic Enterprise in America*. Berkeley: University of California Press, 1972.

- . “Disadvantaged Minorities in Self-Employment”. *International Journal of Comparative Sociology* (20) (1979): 31-45.
- . “Immigrant and Ethnic Enterprise in North America”. *Ethnic and Racial Studies* (7) (1984): 195-216.
- LIGHT, Ivan; Georges Sabagh; Mehdi Bozorgmehr; y Claudia Der-Martirosian. “Beyond the Ethnic Enclave Economy”. *Social Problems* (41) (1994): 6-80.
- . “Ethnic Economy or Ethnic Enclave Economy?” En *New Migrants in the Market Place. Boston Ethnic Entrepreneur*, coordinado por Marilyn Halter. Amherst: University of Manchester Press, 1995.
- LIGHT, Ivan, y Carolyn Rosenstein. *Race, Ethnicity and Entrepreneurship in Urban America*. Nueva York: Aldine de Gruyter, 1995.
- . “Expanding the Interaction Theory of Entrepreneurship”. En *The Economic Sociology of Immigration: Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*, coordinado por Alejandro Portes. Nueva York: Russell Sage Foundation, 1995a.
- LOGAN, John; Richard Alba; y Thomas McNulty. “Ethnic Economies in Metropolitan Regions: Miami and Beyond”. *Social Forces* (72) (1994): 691-724.
- LÓPEZ, David; Eric Popkin; y Edward Telles. “Central Americans: at the Bottom, Struggling to Get Ahead”. En *Ethnic Los Angeles*, coordinado por Roger Waldinger y Mehdi Bozorgmehr, 279-304. Nueva York: Russell Sage Foundation, 1996.
- MASSEY, Douglas. “Understanding Mexican Migration to the United States”. *American Journal of Sociology* (92) (1987): 1372-1403.
- PLATTNER, Stuart, comp. *Antropología económica*. México: Alianza Editorial y Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1991.
- PORTES, Alejandro. “Mode of Incorporation and Theories of Labour Immigration”. En *Global Trends in Migration*, coordinado por Mary Kritz, Charles B. Keeley y Silvano Tomasi. Nueva York: Center for Migration Studies, 1981.
- , coord. *The Economic Sociology of Immigration: Essays on Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship*. Nueva York: Russell Sage Foundation, 1995.

- , y Robert Bach. *Latin Journey: Cuban and Mexican Immigrants in the United States*. Berkeley: University of California Press, 1985.
- , y Leif Jensen. "What's an Ethnic Enclave? The Case for Conceptual Clarity". *American Sociological Review* (57) (1987): 768-770.
- , y Saskia Sassen-Koob. "Making it Underground: Comparative Material on the Informal Sector in Western Market Economies". *American Journal of Sociology*, vol. 93 (1) (1987):30-61.
- , y Alex Stepick. *City on the Edge: the Transformation of Miami*. Berkeley: University of California Press, 1993.
- , y Rubén Rumbaut. *Immigrant America: A Portrait*. Berkeley: University of California Press, 1996.
- ; Luís Eduardo Guarnizo; y William J. Haller. "Transnational Entrepreneurs: An Alternative Form of Immigrant Economic Adaptation". *American Sociological Review*, vol. 67(2) (2002): 278-298.
- RATH, Jan, coord. *Immigrant Business. The Economic, Political and Social Environment*. Londres: MacMillan Press LTD, 2000.
- SANDERS, Jimmy, y Victor Nee. "Limits of Ethnic Solidarity". *American Sociological Review* (52) (1987): 745-767.
- . "Social Capital, Human Capital and Immigrant Self Employment". *American Sociological Review* 61(2) (1996): 240-257.
- SAMORA, Julian. *Los Mojados: The Wetback Story*. Notre Dame: University of Notre Dame Press, 1971.
- WALDINGER, Roger, y Mehdi Bozorgmehr, coords. *Ethnic Los Angeles*. Nueva York: Russell Sage Foundation, 1996.
- WALDINGER, Roger; Howard Aldrich; Robin Ward *et al.*, coords. *Ethnic Entrepreneurs: Immigrant Business in Industrial Societies*. Londres: Sage, 1990.
- WALLACE, Steven P. "Central American and Mexican Immigrant Characteristics and Economic Incorporation in California". *International Migration Review* (20) (1986): 657-671.

- WERBNER, Pnina. "Metaphors of Spatiality and Networks in the Plural City: a Critique of the Ethnic Enclave Economy Debate". *Sociology*, vol. 35 (3) (2001): 671-693.
- WILSON, Kenneth L., y Alejandro Portes. "Immigrant Enclaves: an Analysis of the Labor Market Experience in Cubans in Miami". *American Journal of Sociology* (86) (1980): 295-319.
- WONG, Bernard. "The Role of Ethnicity in Enclave Enterprises: a Study of the Chinese Garment Factories in New York". *Human Organization* (46) (1987): 120-130.

Recibido: 19 de octubre de 2005
Aceptado: 27 de octubre de 2006