



**Universidad Nacional Autónoma de México**  
**Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración**

# **T e s i s**

**El Mercado de nostalgia Mexicano en los Estados Unidos  
de América**

**Que para obtener el grado de:**

**Maestro en Administración**

**Presenta: Gabriela Fernández Gallegos**

**Tutor: Dr. Sergio Javier Jasso Villazul**

**México, D.F.**

**2009**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



**Universidad Nacional Autónoma de México**

**Programa de Posgrado en Ciencias de la Administración**

**Facultad de Contaduría y Administración**

**Facultad de Química**

**Instituto de Investigaciones Sociales**

**Instituto de Investigaciones Jurídicas**

# **T e s i s**

**El Mercado de nostalgia Mexicano en los Estados Unidos  
de América**

**Que para obtener el grado de:**

**Maestro en Administración:**

**Presenta: Gabriela Fernández Gallegos**

**Tutor: Dr. Sergio Javier Jasso Villazul**

**México, D.F.**

**2009**

## ÍNDICE

Agradecimientos .....	i
Índice de cuadros .....	iii
Índice de figuras .....	v
Resumen .....	vii
INTRODUCCIÓN .....	1
a. Planteamiento del Problema.....	3
b. Tipo de Investigación.....	4
c. Preguntas de Investigación.....	4
d. Objetivo General.....	5
e. Objetivos Específicos.....	5
f. Instrumentos de Investigación.....	6
g. Alcances y Limitaciones.....	8
h. Estructura de la Investigación.....	8

### **CAPÍTULO 1. EL FENÓMENO DE LA MIGRACIÓN INTERNACIONAL**

1.1. El fenómeno migratorio.....	11
1.2. Antecedentes históricos de los movimientos migratorios internacionales.....	12
1.3. El fenómeno migratorio Sur – Norte en América Latina y el Caribe.....	13
1.4. La migración en el contexto de la Globalización.....	16
1.5. La migración internacional en el caso de América Latina y el Caribe.....	19
1.6. Multiculturalismo y Culturas Híbridas en el marco de la migración internacional.....	29
1.7. Los Clubes, Asociaciones, Federaciones y Confederaciones de comunidades de origen mexicano en los EUA.....	32
1.8. Organización Interna de los Clubes, Asociaciones y Federaciones. ....	33

### **CAPÍTULO 2. MIGRACIÓN MEXICANA A LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA**

2.1. Antecedentes y panorama general de la migración mexicana a los EUA...37	
2.2. Programas de regulación de flujos migratorios del gobierno mexicano.....46	
2.3. Postura del gobierno mexicano frente al fenómeno migratorio..... 50	
2.4. Estados de mayor intensidad migratoria a los EUA.....52	
2.5. Factores de expulsión de migrantes..... 57	

### **CAPÍTULO 3. FACTORES LABORALES, ECONÓMICOS Y SOCIALES QUE FAVORECEN EL ASENTAMIENTO DE LOS MIGRANRES MEXICANOS EN LOS EUA**

3.1. Factores que favorecen el asentamiento de los migrantes mexicanos en EUA.....	61
3.2. Factores de tipo Laboral que favorecen el asentamiento de los migrantes mexicanos en EUA .....	62
3.3. Las remesas como factor económico de impulso de la migración mexicana a los EUA .....	70
3.4. El envío de remesas y el perfil de los emisores.....	76
3.5. Factores sociales que favorecen el establecimiento de los flujos migratorios de mexicanos en los EUA.....	80

### **CAPÍTULO 4. EL MERCADO DE LA NOSTALGIA DE LOS MIGRANTES MEXICANOS EN LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA**

4.1. Definición de mercado de nostalgia .....	86
4.2. Actividades comerciales organizadas por los clubes, asociaciones, federaciones y confederaciones de inmigrantes de origen mexicano en los EUA.....	91
4.3. Desplazamiento de productos del mercado de nostalgia en los EUA.....	93
4.4. Perfil socio-demográfico del mercado mexicano de nostalgia en los EUA..	99
4.5. La publicidad de los productos en el mercado hispano y los productos de nostalgia.....	111

<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>116</b>
-----------------------------	------------

<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>124</b>
--------------------------	------------

<b>ANEXOS.....</b>	<b>128</b>
Anexo 1 Remesas de trabajadores migrantes por regiones.....	129
Anexo 2 Migración a EUA por características sociodemográficas .....	130
Anexo 3 Listado de productos que se venden en los EUA.....	131
Anexo 4 Características de la muestra aleatoria que proporcionó testimonios e información para la investigación.....	133
Anexo 5 Fotografías de los servicios y productos del mercado de nostalgia en la ciudad de Chicago, Illinois.....	134

<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>142</b>
--------------------------	------------

<b>GLOSARIO</b> .....	153
-----------------------	-----

## Agradecimientos

A la Universidad Nacional Autónoma de México, cuyo espíritu me ha enseñado con la voz de su academia, sus investigadores y catedráticos a quienes agradezco el ejemplo y compromiso que me renueva día a día el orgullo de la sangre puma, especialmente a:

Mtro. Don Jorge Álvarez Anguiano (q.e.p.d.)

Dr. Sergio Javier Jasso Villazul

Mtro. Claudio Alfonso Maubert Viveros

Dr. Raúl Mejía Estañol

Mtro. Joaquín Rigalt Orozco

Dr. Hugo Rodas Morales

Dr. Alfredo Jalife Rahme

Mtro. Víctor Manuel Alfaro Jiménez

A mis adorados hijos, José Salvador y Gabriela Aurora, por ser la luz de mi vida.

A mis padres, por su amor incondicional.

A José Octavio, por su ejemplo, dedicación y el orgullo de ser su hermana.

A quien me enseñó el poder de la razón y la palabra.

A Enrique y Luis Arturo Canales Liceaga, por su confianza.

A quienes están cerca de mí y me acompañan en las buenas y malas.



## Índice de Cuadros

### CAPÍTULO 1

Cuadro 1.1. Estadísticas de la Migración Mundial 1960-2000.....	11
Cuadro 1.2. Asociaciones de Comunidades de Origen Mexicano en los EUA.....	30

### CAPÍTULO 2

Cuadro 2.1. Migración a los Estados Unidos, por décadas 1900 – 2004.....	37
Cuadro 2.2. Distribución de la Población de origen mexicano por Condado, Ciudad y Estado.....	38
Cuadro 2.3. Cálculo aproximado de la población mexicana en los Estados Unidos de América.....	40

### CAPÍTULO 3

Cuadro 3.1. Nivel de ingreso y condiciones de pobreza de la población De 16 a 64 años nativos y residentes en EUA nacidos en México, Centroamérica o República Dominicana.....	61
Cuadro 3.2. Composición de la población de origen mexicano y centroamericana-dominicana de 16 a 64 años residente en EUA por estado de residencia, ciudadanía y año de ingreso.....	62
Cuadro 3.3. Diez principales ocupaciones en 2005 para la población masculina nacida en México.....	64
Cuadro 3.4. Diez principales ocupaciones en 2005 para la población femenina nacida en México.....	66
Cuadro 3.5. Remesa promedio del trabajador migrante y su ingreso mensual.....	73
Cuadro 3.6. Años de residencia del trabajador migrante en los EUA y el valor mensual de la remesa.....	75

### CAPÍTULO 4

Cuadro 4.1. Número de Clubes por estado en los Estados Unidos de América (Comparativo año 1998 vs 2003).....	89
Cuadro 4.2. Perfil Psicodemográfico del Mercado Hispano en los Estados Unidos de América.....	98
Cuadro 4.3. Ingreso medio anual por hogar 2000 (Dólares).....	103
Cuadro 4.4. Estimado del Poder de Compra de las Minorías Étnicas en Millones de Dólares.....	103

Cuadro 4.5. Composición del Gasto Estimado de los Consumidores Hispanos en Diferentes Rubros.....	104
--	-----

## Índice de Figuras

### CAPÍTULO 1

Figura 1.1. Flujo de Latinoamericanos y Caribeños que residen fuera de la Región, 2000.....	12
Figura 1.2. Volumen de migrantes internacionales 1960- 2000.....	19
Figura 1.3. Volumen de Inmigrantes Internacionales por Regiones 1990 y 2000.....	20
Figura 1.4. Estimación de Número de Inmigrantes por País, 2000.....	21
Figura 1.5. Número de Inmigrantes por países.....	22

### CAPÍTULO 2

Figura 2.1. Mapa de los Estados con la mayor concentración de población de origen mexicano en los Estados Unidos de Norteamérica. (En oscuro: California, Arizona, Texas e Illinois).....	39
Figura 2.2. Población nacida en México residente en Estados Unidos de América, 1996.....	41
Figura 2.3. México: Municipios por grado de intensidad migratoria.....	49
Figura 2.4. Regiones de origen (Durango, Chihuahua, Guanajuato, Jalisco y destino de los flujos migratorios de trabajadores a los EUA (2002).....	51
Figura 2.5. Regiones de origen (Michoacán, Puebla, Guerrero, Oaxaca y San Luis Potosí) y destino de los flujos migratorios de trabajadores a los EUA (2002).....	52
Figura 2.6. Residentes en México que alguna vez habían emigrado a los EUA, según motivo de emigración.....	54

### CAPÍTULO 3

Figura 3.1. Distribución porcentual la población inmigrante masculina nacida en México ocupada por sector económico. EUA 1995 -2005.....	63
Figura 3.2. Distribución porcentual la población inmigrante femenina nacida en México ocupada por sector económico. EUA 1995-2005.....	65
Figura 3.3. Remesas Familiares desde los EUA a México en millones de dólares.....	68
Figura 3.4. Remesas Familiares desde los EUA a México como porcentaje de distintas cuentas externas de la balanza de pagos.....	69
Figura 3.5. Monto de las Remesas Familiares desde los EUA a México en millones de dólares desde 1995 a 2006.....	70

Figura 3.6. Remesas Familiares por entidad federativa, 2006.....	71
Figura 3.7. Uso de las remesas por parte de las familias de los migrantes, 2005.....	74

## **CAPÍTULO 4**

Figura 4.1. Importaciones globales de los Estados Unidos de América por grupo de productos étnicos y nostálgicos.....	84
Figura 4.2. Composición de las importaciones de los EUA de América de productos étnicos y de nostalgia de México.....	86
Figura 4.3. Latinoamericanos en los EUA como porcentaje de la población total por estado, 2000.....	99
Figura 4.4. Población de origen mexicana en los EUA como porcentaje de la población hispana por estados, 2000.....	100
Figura 4.5. Población Hispana por Origen: 2002.....	101
Figura 4.6. Estados de EUA con Mayor Crecimiento de Población Hispana (2000).....	102
Figura 4.7. Formatos de Compra de los Consumidores Mexicanos en EUA...	104
Figura 4.8. Comida Mexicana Producida en EUA.....	106

## **RECOMENDACIONES**

Figura R.1. Esquema actual del papel de los clubes, asociaciones y federaciones como apoyo a los migrantes y a sus comunidades de origen.....	117
Figura R.2. Esquema propuesto del papel de los clubes, asociaciones, federaciones y empresas-marcas para el fortalecimiento del mercado de nostalgia .....	118

## RESUMEN

El mercado de nostalgia mexicano en los EUA es un modelo de negocio que se ha desarrollado a partir del fenómeno migratorio sur-norte de la región. Los factores históricos, sociales, culturales y económicos involucrados en dicho modelo hacen de éste un mercado con características únicas, el cual, de acuerdo a la construcción de redes sociales generadas a partir de su propia dinámica, seguirá en crecimiento y orientándose hacia una consolidación y reconocimiento por parte de las grandes firmas transnacionales poseedoras de productos y servicios que son del interés y agrado de los migrantes de origen mexicano que se establecen de forma temporal o permanente en los EUA, por lo que se harán cada vez más necesarios esfuerzos de distribución, comercialización, publicidad y promoción especializados en estos mercados diferenciados.

En esta investigación se presenta un panorama de la migración internacional como marco general y se presentan las características del fenómeno migratorio de México hacia los EUA con sus particularidades, presentando los esfuerzos y medidas tomadas por ambos países para controlar y ordenar estos flujos migratorios y analizando los factores de índole cultural, social y económico que han determinado la conformación de la segunda minoría étnica más importante y con un poder de compra significativo para el consumo interno de aquel país.

Así mismo, se documenta el perfil demográfico del mercado mexicano de nostalgia en los EUA y los niveles de asimilación que presentan los diferentes grupos de inmigrantes mexicanos, dando cuenta también del nivel de apego de estos grupos hacia sus comunidades de origen en México, a través del envío de remesas, de la formación de organizaciones sociales de representación y de la búsqueda de los productos-marcas que conocían o acostumbraban consumir antes de migrar, hecho que determina en gran medida el nivel de demanda hacia los productos del mercado de nostalgia mexicano.

Por otro lado, se mencionan los productos que se han comercializado en este modelo de negocio en los EUA y se describen los canales de distribución utilizados para cubrir la demanda actual. Por último, se presentan una serie de consideraciones y recomendaciones en cuanto a las estrategias de promoción y publicidad sugeridas para hacer crecer el potencial de este mercado y la participación de las redes sociales existentes para multiplicar los beneficios de índole social y económico al mayor número de consumidores de este mercado, tanto en los EUA como en México.

## INTRODUCCIÓN

Entendemos por negocios internacionales toda transacción comercial, privada o gubernamental entre dos o más países. Estas transacciones están orientadas hacia la obtención de los máximos rendimientos sobre la inversión de los grandes capitales. (Daniels, 2004). Las ventas, las inversiones, la logística y el tráfico son parte de las operaciones involucradas en los negocios internacionales. Cada país cuenta con una infraestructura y ordenamientos jurídicos propios para llevar a cabo operaciones comerciales que permiten que su aparato productivo participe en el intercambio de bienes y servicios con el resto del mundo. En la medida en que estos intercambios operan bajo una estrategia adecuada en el ambiente competitivo, la capacidad de generar el máximo beneficio para los países, empresas y sociedades hace de los negocios internacionales una prioridad para el crecimiento de las economías nacionales.

Las empresas que participan en los negocios internacionales buscan expandir sus ventas, adquirir recursos en otros territorios y minimizar los riesgos en sus operaciones comerciales (Daniels, 2004). Los factores que se han conjugado para facilitar la participación de las empresas en los negocios internacionales son, principalmente: la expansión de la tecnología aplicada a la telecomunicación, la cual permite la transmisión de datos, imagen y voz en tiempo real gracias a la comunicación satelital, así como los adelantos tecnológicos aplicados a la logística y transporte internacionales; la liberalización de los flujos transfronterizos impuestos por cada país para regular el movimiento de bienes, servicios, personas y capital a través de sus fronteras; el desarrollo de instituciones que apoyan y facilitan el comercio internacional; la presión de los mercados de consumo por adquirir productos de última generación que conocen a través de los medios de comunicación globales; y por último, el aumento de la competitividad a nivel internacional que exige que las empresas busquen oportunidades de negocio fuera de su ámbito nacional.

De acuerdo a Daniels (2004), los negocios internacionales se realizan mediante el tránsito de productos o servicios hacia fuera y dentro de las fronteras de los países involucrados, estas exportaciones e importaciones representan una de las principales fuentes de ingreso y de gasto para sus economías. Otra modalidad de los negocios internacionales son las inversiones, como el caso de la IED (Inversión Extranjera Directa) la cual realiza un inversionista para poder tener acceso a un recurso o mercado específico mediante la extracción de materias primas, agricultura, manufactura de productos o componentes, venta de productos, prestación de servicios, etc. y la IC (Inversión de Cartera), en la cual el inversionista compra acciones de una empresa o le otorga un préstamo para obtener una ganancia financiera en corto plazo y con relativa seguridad. Otras tres modalidades de los negocios internacionales son las Franquicias, en la que por medio de un contrato de licencia una empresa concede el uso de una

marca comercial a otra a cambio del pago de regalías. Las Operaciones Llave en Mano, en las que se contrata la puesta en marcha de un proyecto que se entrega al propietario cuando éste se encuentre listo para operar tales como servicios de ingeniería o gerenciales especializados. Por último, tenemos al sector turismo y transporte como una modalidad de los negocios internacionales, al ser una fuente importante de ingreso para las líneas aéreas, empresas de embarques, agencias de viajes y hoteles.

Con todas estas modalidades, la complejidad y la especialización de los negocios internacionales ha ido en aumento, más aún, cuando se conjugan con los factores geográficos, físicos y sociales en los que se desenvuelven. Por tales razones podemos hablar de modelos de negocio internacional que han surgido por la conjugación única en tiempo y espacio de factores del orden social, cultural, político, económico y geográfico como es el caso del Mercado de Nostalgia Mexicano en los EUA.

El modelo de negocio objeto de estudio surge debido a que en el contexto actual de los negocios internacionales también se han desarrollando y perfeccionando modelos que surgieron como consecuencia de procesos sociales históricos como son los flujos migratorios, la asimilación de nuevos espacios socio-culturales y la interacción dinámica de diferentes actores comerciales; modelos de negocio que resulta necesario estudiar y documentar, para ir constituyendo, de esta manera, el marco de referencia necesario para empresarios, investigadores, estudiantes y personas interesadas en conocer la experiencia de otras empresas industriales, comerciales y de servicio, en su incursión como pioneros innovadores en mercados cuya dinámica involucra la coordinación de gobiernos, organizaciones no gubernamentales, empresas transnacionales y mercados diferenciados en distintos espacios nacionales y comunidades multiculturales que con el tiempo y la práctica comercial se convierten en nuevos modelos de negocio internacional.

El fenómeno de la migración legal e ilegal a los EUA desde México y el impacto de sus consecuencias a nivel social, cultural, político y económico ha sido considerado desde hace varias décadas una prioridad en la agenda binacional de ambos países, sobre todo, al contar con la capacidad de constituirse como uno de los mayores flujos de intercambio comercial y cultural a nivel mundial, el cual daría lugar a nuevas dinámicas de empleo, maquila y subcontratación, así como a nuevos satisfactores, productos y servicios que impliquen innovaciones radicales o relativas en el ámbito del comercio, los canales de distribución, la logística y las actividades promocionales y de publicidad internacional.

En ciudades importantes de los EUA como Chicago, Illinois y Mc Allen, Texas, ya no es extraño para nadie encontrar extensas zonas urbanas llenas de comercializadoras de productos y servicios de y para el mercado mexicano, por

todas partes saltan a la vista anuncios en idioma Español ofreciendo con orgullo y como valor agregado productos de origen o tradición cien por ciento mexicana, como tortillerías, paletterías, tamalerías o taquerías; o servicios a la “mexicana”, como es la organización de eventos sociales (XV años, bautizos, presentaciones, fiestas infantiles), así como servicios de asesoría legal, dental y médica especial para mexicanos, escritorios públicos, agencias de viajes, clases de manejo en Español, etc.

Dado lo anterior se considera importante describir el origen y las características del mercado mexicano de los productos de nostalgia que se ha generado en las últimas dos décadas como un modelo de los negocios internacionales que tiene su origen en un fenómeno social con características únicas: los flujos migratorios de México hacia los EUA.

### **a. Planteamiento del Problema**

La problemática que se presenta en el contexto binacional del mercado de la nostalgia de productos de origen mexicano en los EUA radica, principalmente, en el escaso conocimiento y atención que se tiene sobre las características diferenciadas del mismo por parte de las grandes empresas transnacionales y los propios canales de comercialización, lo cual hace necesaria la aparición de nuevos actores en el proceso de distribución, comercialización y difusión para este tipo de productos. La presente investigación describe la relevancia que cobran las asociaciones y clubes de las comunidades de origen como promotoras activas en el desarrollo del mercado de la nostalgia de productos mexicanos en los Estados Unidos de América.

Así mismo, el grado de complejidad que existe en la actualidad en las relaciones binacionales entre México y EUA, exige que el contexto en el que se está desarrollando este nuevo mercado de la nostalgia se mantenga al margen de cualquier conflicto o desacuerdo entre ambas economías y que los esfuerzos se concentren únicamente en generar una participación activa y coordinada entre los gobiernos de ambos países, organismos reguladores de comercio internacional, empresas transnacionales, canales de distribución, asociaciones no gubernamentales y los mercados de consumo diferenciados.

Se pretende destacar las peculiaridades del mercado de nostalgia mexicano en los EUA, debido a que el contexto histórico de la migración internacional que se ha dado entre México-EUA con la expulsión-atracción de mano de obra en busca de oportunidades reales de desarrollo, constituye un fenómeno migratorio único, en primer lugar, por la cercanía geográfica del primero con la economía más grande y próspera a nivel mundial, y en segundo lugar, por la cantidad sin precedentes de migrantes mexicanos que año con año se establecen de forma temporal o permanente en los EUA, sin abandonar los vínculos familiares y



emocionales con sus comunidades de origen, así como el apego a su cultura y tradición que caracteriza a esta población de origen mexicano.

A partir del 11 de septiembre de 2001, las condiciones de seguridad que EUA impuso en su frontera sur para disminuir y evitar en lo posible que el flujo migratorio incrementara, propicia, en contra de lo que se pretende lograr, que los tiempos de estadía de los migrantes en aquel territorio aumente de meses a, incluso, años debido al costo y riesgo que representa el cruce de la frontera de forma ilegal. Por otra parte, la generación de un ambiente nacionalista y de discriminación para los migrantes indocumentados en los EUA genera una confrontación entre los intereses de las empresas transnacionales que ya comienzan a vislumbrar el potencial de compra del consumidor de origen mexicano contra la idea del consumidor global que pretende la globalización.

Se considera que el tamaño y potencial del mercado de nostalgia mexicano en EUA, que puede estimarse en más de 25 millones de personas, justifica el esfuerzo y la inversión necesaria por parte de las empresas transnacionales para lograr el gusto y lealtad de este mercado hacia las marcas que buscan aumentar su participación en ventas a través de la correcta aplicación de estrategias y prácticas comerciales orientadas a estos mercados diferenciados.

## **b. Tipo de Investigación**

Esta investigación es de tipo descriptivo, ya que éstas buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así describir lo que se investiga. Esta clase de estudios son útiles para mostrar los ángulos o dimensiones de un problema. (Hernández Sampieri, 2006)

## **c. Preguntas de investigación**

Para cubrir el objetivo general de esta investigación se plantearon las siguientes preguntas:

¿La migración internacional, particularmente, los flujos migratorios entre México y los EUA, constituyen el origen del mercado de nostalgia de productos de nostalgia?

¿Qué factores hacen de la migración mexicana a los EUA un fenómeno social y económico con características únicas entre el resto de los flujos migratorios?

¿Cuáles son los factores que provocan que los trabajadores migrantes mexicanos encuentren en los EUA las condiciones para establecerse permanentemente en este territorio ?

¿Cuáles son las causas por las que los migrantes mexicanos incluyen en su proceso de asimilación de la cultura en las ciudades de acogida la búsqueda de sus raíces en los productos de nostalgia?

¿Cuáles serían las recomendaciones para incrementar el potencial de desarrollo del mercado de nostalgia mexicano en los EUA?<sup>1</sup>

#### **d. Objetivo General**

Analizar el mercado de la nostalgia de productos mexicanos en los Estados Unidos de América como modelo de negocio internacional.

#### **e. Objetivos Específicos**

1. Describir de forma histórica, conceptual y cuantitativa el fenómeno de la Migración Internacional, así como los procesos multiculturales a los que dieron origen.
2. Describir las características particulares de los flujos migratorios entre México y EUA.
3. Analizar las condiciones laborales, económicas y sociales que favorecen en asentamiento permanente de los migrantes mexicanos en los EUA.
4. Analizar las características del mercado de nostalgia a través de los productos mexicanos más demandados, su actual desplazamiento y el perfil sociodemográfico de los consumidores de éstos.
5. Identificar las actividades y estrategias que deberán coordinarse entre las organizaciones de comunidades de origen y el resto de los actores involucrados en el crecimiento y consolidación del mercado de nostalgia mexicano en los EUA.

---

<sup>1</sup> De estas preguntas de investigación podría surgir la siguiente hipótesis, (la cual no se considero necesario plantear por tratarse de una investigación de tipo descriptivo): Si se logra la coordinación de esfuerzos y recursos de los distintos actores económicos, gubernamentales, sociales y de mercado en la aplicación de estrategias adecuadas, entonces el mercado de la nostalgia mexicano en los EUA podrá consolidarse como uno de los principales mercados diferenciados o de minoría étnica a nivel internacional.

#### **f. Instrumentos de Investigación.**

Investigación documental o de gabinete. Se revisaron los documentos publicados por parte de organismos públicos, privados, organizaciones no gubernamentales y universidades de México y de los Estados Unidos de América. Se utilizaron los formatos tradicionales como libros, revistas, cuadernos de trabajo, así como fuentes electrónicas.

Observación y entrevistas semiestructuradas *In Situ*. En las ciudades de Chicago, Illinois y McAllen, Texas se realizaron observaciones y pláticas con miembros de la comunidad mexicana de primera y segunda generación de trabajadores migrantes quienes expusieron sus puntos de vista sobre diversos temas relacionados con el mercado de la nostalgia, entre ellos, el papel actual de los clubes y federaciones como promotoras de estos productos, los estilos de vida y hábitos de compra de la población migrante, sus preferencias por ciertos canales de distribución, influencia de las culturas de origen en la elección de los canales de distribución, situación del mercado laboral y factores de multiculturalidad. Se realizaron visitas a los canales de distribución más utilizados por la comunidad de origen mexicano en los Estados Unidos de América para observar la cantidad, surtido y espacios en anaquel que los productos del mercado de la nostalgia ocupan en los autoservicios, tiendas de conveniencia y canal tradicional como *Robinson & Harrison Poultry, Wal Mart Supercenter en Mcallen, Tx., Cermack Products, Jewl Osco y Dominick's en Chicago, Illinois.*

#### **g. Marco Teórico**

El fenómeno de la Migración Internacional no se ajusta a una sola corriente teórica, es decir, los investigadores sociales que han realizado estudios sobre la migración internacional han generado una serie de análisis, descripciones, datos y estadísticas que nos orientan acerca del origen, antecedentes históricos y matices de los movimientos migratorios, unos a nivel regional y, otros, a nivel internacional. Estos estudios son los puntos de referencia básicos para esta investigación.

El marco teórico sobre los flujos migratorios está basado en las investigaciones realizadas por el Consejo Nacional de Población, México (2000, 2002, 2004, 2005, 2006), sobre los aspectos sociales, culturales y económicos involucrados en las corrientes migratorias desde México hacia los Estados Unidos de América (EUA), en las que se analiza, por un lado, la problemática por la que atraviesa la economía y gobiernos mexicanos para poder controlar de forma adecuada los flujos migratorios originados por el deterioro de la calidad de vida

del trabajador rural y urbano, y por el otro, las implicaciones que tiene para los EUA la expulsión promedio anual de 500 mil mexicanos en busca de posibilidades de insertarse en la fuerza laboral y en las redes sociales que los migrantes han construido en este país de acogida.

También se cuenta con las investigaciones de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe), que forma parte de la ONU (Organización de las Naciones Unidas) en las que se ha analizado y expuesto la problemática de los flujos migratorios desde un marco regional y que exponen los factores que originan y fomentan el desplazamiento de los flujos Sur-Norte en este continente.

Las estadísticas que ofrecen oficinas gubernamentales de estadística en México (INEGI) y en los EUA (Oficina del Censo) sirven para generar una comparación entre los datos que ambos países tienen registrados de forma oficial respecto a este fenómeno migratorio.

Los artículos publicados en diversas revistas especializadas en las ciencias sociales, así como periódicos y artículos en línea nos sirven para referenciar el panorama cercano y actual de los puntos tratados en este trabajo, cuyo marco teórico incluye los siguientes puntos:

El fenómeno social de la migración.

La migración en la región Latinoamericana.

Migración México-EUA.

Factores Laborales, Económicos y Sociales de la migración mexicana en los EUA.

El mercado de nostalgia mexicano en los EUA.

Estrategias de Promoción y Publicidad orientadas al mercado de nostalgia mexicana en los EUA.

En cuanto al marco teórico sobre las estrategias de promoción y publicidad utilizadas por las empresas transnacionales para el mercado de nostalgia mexicana en los EUA, no se encuentran documentadas teorías al respecto, solamente se cuenta con las referencias y casos publicados por el Instituto de Negocios *Warthon* de la Universidad de Pennsylvania de los EUA y asociaciones como la *Association of Hispanic Advertising Agencies* (AHAA), el Pew Hispanic Center, así como publicaciones en línea de diversa índole emitidos por empresas de consultoría como *Synovate* y otras fuentes confiables.

## **h. Alcances y Limitaciones.**

Este estudio presenta información publicada en fuentes oficiales, organismos no gubernamentales, asociaciones gremiales y empresas de consultoría, además recoge información de testimonios o historias de vida. Esta información fue recabada desde el año 2001 al 2008, especialmente antes de que se hicieran notorios los efectos de la crisis financiera que se vive en la actualidad a nivel mundial, por lo que ha cambiado de forma drástica el contexto económico y político del fenómeno migratorio.

Este trabajo de investigación reproduce cifras, información y comentarios obtenidos de trabajadores inmigrantes, comerciantes y miembros de organizaciones no gubernamentales en los EUA, mediante la observación *in situ*, la cual sólo pudo llevarse a cabo en las ciudades de Chicago, Illinois y Mcallen, Texas, consideradas ciudades representativas del fenómeno migratorio por la concentración de inmigrantes mexicanos que viven en ellas, pero es indudable, que hay otras ciudades que cuentan también con una importante concentración de población de origen mexicano en las cuales no se pudo tener presencia para esta investigación.

En el anexo 4 se presenta una tabla con los datos de la muestra aleatoria a la que se tuvo acceso, aunque se reconoce que esta muestra no es significativa en términos estadísticos, se considera que esta investigación podrá servir como una referencia confiable para los interesados en este tema y ayudará a crecer los datos documentados para futuras investigaciones.

## **i. Estructura de la Investigación.**

La investigación está dividida en cuatro capítulos, adicionalmente a la introducción, recomendaciones, conclusiones, anexos, glosario, bibliografía y resumen. En el primer capítulo, se abordan los antecedentes históricos del fenómeno migratorio internacional, específicamente los flujos sur-norte del continente americano en el contexto de la globalización, planteando los procesos multiculturales a los cuales dan origen, describiendo la aparición de organizaciones de mexicanos reconocidas por el gobierno de EUA por su importancia en términos socio-culturales.

En el segundo capítulo, se describe específicamente el fenómeno migratorio entre México y EUA, se describen también programas y acciones de ambos gobiernos para regularizar y controlar estos flujos migratorios, por último, se analizan los factores de expulsión de migrantes y patrones tradicionales de sus flujos desde las zonas expulsoras.

En el tercer capítulo se analizan los factores de índole laboral, económico y social que favorecen el asentamiento prolongado o permanente de los migrantes mexicanos en EUA.

En cuarto capítulo se analiza el origen del mercado de la nostalgia mexicano de los EUA a partir de la información planteada en los tres capítulos anteriores, también en este apartado se establecen las características sociodemográficas de este nicho de mercado y ejemplos de desplazamiento de algunos productos del mercado de nostalgia que se distribuyen en los EUA en los canales de distribución existentes y por último, las actividades de publicidad que se han venido implementando en EUA para este mercado.

Finalmente, en el apartado de Recomendaciones se describe el modelo de negocios propuesto para fortalecer el mercado de nostalgia mexicano en los EUA involucrando a las organizaciones de comunidades de origen (clubes, asociaciones y federaciones) en las estrategias planteadas para tal fin, así como las actividades de promoción encaminadas a satisfacer las necesidades específicas de estos consumidores.

## **CAPÍTULO 1. EL FENÓMENO DE LA MIGRACIÓN INTERNACIONAL**

## CAPÍTULO 1. EL FENÓMENO DE LA MIGRACIÓN INTERNACIONAL

### 1.1. El fenómeno migratorio

Según el Diccionario de la Lengua Española, en su vigésima segunda edición, la palabra migración proviene del latín *migrat\_o, -\_nis*, y significa la acción y efecto de pasar de un país a otro para establecerse en él. El término se usa al hablar de las migraciones históricas que hicieron las razas o los pueblos enteros. Implica el desplazamiento geográfico de individuos o grupos, generalmente por causas económicas o sociales.

Se entiende por emigración (*lat. emigrat\_o, -\_nis*) al conjunto de habitantes de un país que trasladan su domicilio a otro por tiempo ilimitado, o en ocasiones, temporalmente.

Al hablar de inmigrar (*lat. immigr\_re*) encontramos que implica llegar a otro país para establecerse en él, especialmente con idea de formar nuevas colonias o domiciliarse en las ya formadas.

El fenómeno social llamado **migración** ha sido de un impacto sustancial en nuestra historia, ya que en diferentes momentos que marcaron a nuestra sociedad actual encontramos los movimientos de población como el detonador de complejas coyunturas históricas.

En la Guía de conceptos sobre migraciones, racismo e interculturalidad (*Malgesini y Giménez, 1997*) se ofrece la siguiente definición sobre movimientos migratorios: “desplazamientos masivos de población, de una región a otra (rurales, urbanos, interregionales, etc.) o de uno o varios países a otro u otros”. En general, se alude a una cierta continuidad o tendencia en el proceso y no a un traslado coyuntural o puntual. El texto *Recommendations on Statistics of International Migration* (ONU, 1998) se define al migrante internacional como “cualquier persona que cambia su país de residencia habitual” considerando como la migración a largo plazo al período de residencia en otro país de al menos un año y la migración a corto plazo al período de residencia entre tres y doce meses.

Todavía no existe consenso entre los estudiosos de movimientos migratorios internacionales sobre sus categorías y definiciones que determinen el mejor y más adecuado uso de los términos que existen respecto a este interesante fenómeno social.



## 1.2. Antecedentes históricos de los movimientos migratorios internacionales

Los movimientos de población acompañan a la humanidad incluso antes de que se pudiera hablar de ella. Los estudios de la variabilidad en el ADN mitocondrial sitúan el origen del ser humano en África (Reichholf, 1994) desde donde se habría trasladado en sucesivas oleadas migratorias a Europa, Oriente Medio, Asia oriental, América y Australia. El período Paleolítico se caracterizó por la existencia de grupos de cazadores-recolectores que se desplazaban continuamente en búsqueda de recursos naturales para sobrevivir. A raíz de la aparición de la agricultura y la ganadería, aparecen en el período Neolítico los primeros asentamientos permanentes, pero sin poner fin a los desplazamientos.

El caso del fenómeno migratorio en Europa cobra importancia debido a que ésta se forma a partir de un número importante de movimientos de población de formas diversas. En el libro Breve historia de Europa (Carpentier y Lebrun, 1994) se sitúa la aparición de *Homo sapiens sapiens* en Europa unos 35 mil años a.C. a partir de las migraciones desde Oriente, para los años 2 000 y 1 000 a. J.C. se detectan emigraciones de orden económico (búsqueda de nuevas tierras o nuevos mercados), pero también de orden político (conflictos internos) que quedaron plasmadas en las transmisiones de técnicas y elementos culturales reconocidos en hallazgos arqueológicos.

Las conquistas romanas y las invasiones germánicas posteriores son también consideradas movimientos migratorios. En el año 1000 d. J.C. se producen grandes movimientos de población en los pueblos nórdicos debido a intentos de apropiación de riqueza de otros pueblos, búsqueda de tierras vacías para ocupar o, incluso, posibles modificaciones de clima.

En los siglos XI, XII y XIII los pueblos establecidos emprenden las primeras colonizaciones, obras de conversión, peregrinaciones armadas que implicaban conquistas territoriales, la causa: poblaciones en pleno crecimiento, una clase de guerreros profesionales, campesinos en busca de tierras vírgenes y de mayor libertad, comerciantes en busca de nuevos mercados, una Iglesia segura de su poder.

En los siglos XIV y XV, con la desaparición del feudalismo, comienza a sentirse la fuerza de la emigración del campo a las ciudades, llegan los grandes descubrimientos (conquista de América y África), se prepara el camino hacia la colonización de Asia y Oceanía por parte de los países europeos occidentales con mayor poderío militar y económico.

Los siglos XVIII y XIX son los siglos del colonialismo inglés, francés y alemán y, en menor medida, de otros países. Surge el apogeo de uno de los

desplazamientos forzados de población más importante: la esclavitud desde África hacia América. Como ejemplo de esto, se estima que entre los años 1792 y 1815 fueron llevados a Cuba más de 122 mil africanos como esclavos (Naranjo, 1991). Se podría hablar de cerca de 15 millones de esclavos que se comercializaron para trabajar en las plantaciones y minas del nuevo mundo entre los siglos XVII y XIX, cimentando parte fundamental del motor económico de los principales imperios coloniales (Castles & Miller, 2004).

En el siglo XIX comienzan los movimientos migratorios más próximos a nuestro tiempo. La población europea se duplica gracias a los progresos de la navegación marítima, lo cual genera un déficit de trabajo y alimento, por lo que 70 millones de europeos abandonan Europa dirigiéndose principalmente a Latinoamérica, Australia, Nueva Zelanda y África del Sur.

El siglo XX, a raíz de la II Guerra Mundial y la descolonización, surge la inversión de la tendencia de los movimientos migratorios, pues, hasta entonces, los movimientos iban dirigidos hacia fuera de Europa, pero, a partir de ese momento, inicia una nueva tendencia: Europa se convierte en destino de grandes flujos migratorios procedentes de diversos países.

También durante el siglo XX emerge con fuerza el fenómeno migratorio Sur-Norte el cual se expone a continuación específicamente en América Latina y el Caribe.

### **1.3. El fenómeno migratorio Sur – Norte en América Latina y el Caribe**

Hace 30 años migraban legalmente 84 millones de personas en el planeta. En el 2000 superaban los 150 millones (ORAMAS, 2000) que se movían por distintas razones, ya sea empleo, estudio, reunificación familiar y otras de índole personal; junto con factores de mayor impacto como los conflictos armados, desastres naturales, hambruna, degradación ambiental, elementos que obligaron a grandes masas de población a buscar mejores condiciones de vida en nuevos territorios.

La causa principal de la emigración es económica. Hay en el mundo 840 millones de pobres, de ellos unos 600 millones viven en Asia y África. América Latina tiene más de 200 millones de ellos. El potencial de emigrantes es por tanto enorme en el sentido Sur-Norte. Y mientras no cambie el orden económico actual el problema no sólo continuará, sino que se convertirá en uno de los principales retos que resolver para el nuevo siglo (Oramas, 2000). En esta investigación nos centraremos en el fenómeno migratorio Sur-Norte en el continente americano por ser el escenario que ha dado lugar a la aparición del tema de estudio: EL mercado de la nostalgia mexicano en los Estados Unidos de América.

En el fenómeno de las migraciones internacionales , las consideraciones políticas se aúnan a los factores económicos y geográficos para impulsar las migraciones sur-norte. Los ejemplos hemisféricos están a la vista: balseros cubanos que buscan sustento y libertad, fugitivos de la narcoguerrilla en Colombia y de los golpes de estado en Chile y Argentina, etc. También desde Centroamérica, durante los periodos de mayor violencia, con la guerrilla desatada en esta zona, se generaron importantes flujos migratorios que reconocían causas asociadas no sólo con la pobreza, sino también con la inseguridad personal y la falta de garantías individuales. Otro factor de gran influencia, lo constituye el mayor grado de transparencia y de acceso masivo en materia de flujos de información resultado de la presente revolución tecnológica, estimulando notablemente las aspiraciones de los migrantes potenciales que buscan mejores condiciones de vida y mayor respeto a sus derechos esenciales.

El tema de los aspectos económicos, culturales, jurídicos y políticos de la migración internacional debe analizarse a la luz de estos procesos de globalización que están en plena expansión. En el eje sur-norte, los migrantes, independientemente del status legal que detenten en los países de destino, suelen enviar importantes remesas de dinero a sus lugares de origen, las cuales, en ocasiones, alcanzan una importancia superior a las otras fuentes de adquisición de divisas (exportaciones, turismo, servicios de transporte, etc.) en esos mismos países, sumando a esto que la creciente demanda de estos servicios de envío de dinero, la reducción de los costos internacionales de transacción facilita y agiliza notablemente esos envíos (Oramas, 2000).

A continuación se presenta un cuadro que muestra la importancia de los movimientos migratorios a nivel internacional que para el año 2000 mostraba un tráfico migratorio de 174 millones personas en el mundo.

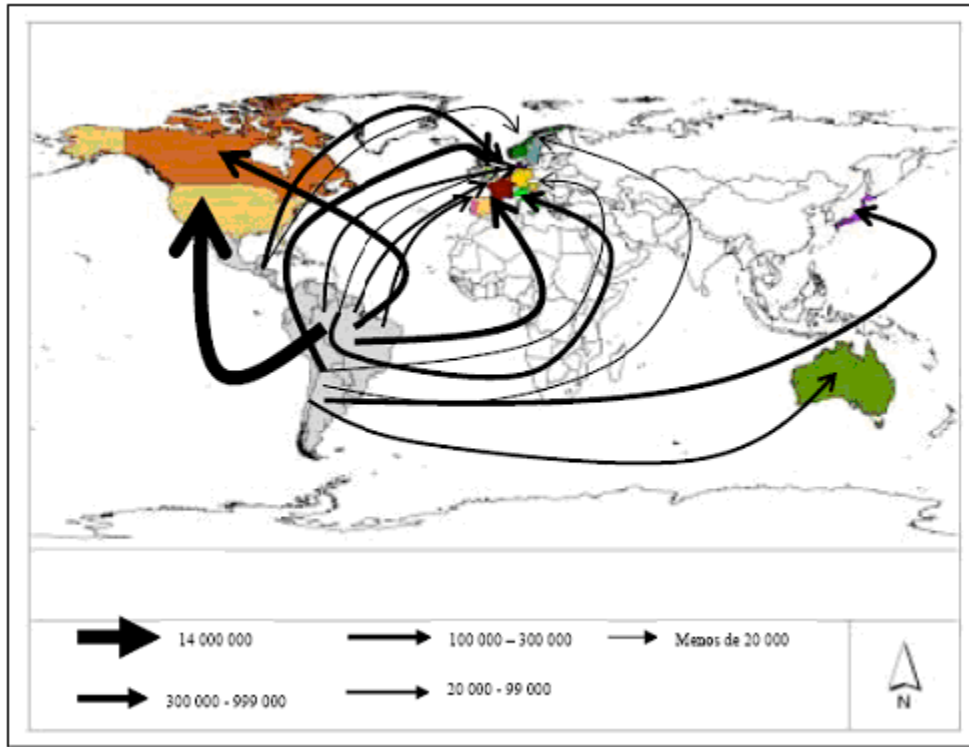
## Cuadro 1.1. Estadísticas de la Migración Mundial 1960-2000

INDICADORES DEL TOTAL ACUMULADO DE LA MIGRACIÓN INTERNACIONAL POR GRANDES REGIONES 1960-2000													
Regiones	Millones de personas (totales acumulados)					Tasa de crecimiento de los totales acumulados				Relación migrantes/población %		Distribución por regiones %	
	1960	1970	1980	1990	2000	1960-1970	1970-1980	1980-1990	1990-2000	1960	2000	1960	2000
Mundo	75,9	81,5	99,8	154	174,9	0,7	2	4,3	1,3	2,5	2,9	100	100
Desarrolladas	32,1	38,3	47,7	89,7	110,3	1,8	2,2	6,3	2,1	3,4	8,7	42,3	63,1
En desarrollo	43,8	43,2	52,1	64,3	64,6	-0,1	1,8	2,1	0	2,1	1,3	57,7	36,9
África	9	9,9	14,1	16,2	16,3	0,9	3,6	1,4	0	3,2	2	11,8	9,3
Asia	29,3	28,1	32,3	41,8	43,8	-0,4	1,4	2,6	0,5	1,8	1,2	38,6	25
América Latina y el Caribe	6	5,8	6,1	7	5,9	-0,5	0,7	1,3	-1,7	2,8	1,1	8	3,4
América del Norte	12,5	13	18,1	27,6	40,8	0,4	3,3	4,2	3,9	6,1	12,9	16,5	23,3
Oceanía	2,1	3	3,8	4,8	5,8	3,5	2,1	2,3	2,1	13,4	18,8	2,8	3,3
Europa	14	18,7	22,2	26,3	32,8	2,9	1,7	1,7	2,2	3,3	6,4	18,5	18,7
Ex URSS/ Fed. De Rusia	2,9	3,1	3,3	30,3	29,5	0,5	0,5	22,3	-0,3	1,4	10,2	3,9	16,8

Fuente: Organización de las Naciones Unidas, *World Economic and Social Survey 2004: International Migration (ST/ESA/291/Add.I)*, Nueva York, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, 2004.

La siguiente es una representación que ilustra claramente la tendencia sur-norte de los flujos migratorios internacionales y marca claramente la importancia de éstos en América Latina hacia el norte del continente americano, por la cantidad de población que involucra.

**Figura 1.1. Flujo de Latinoamericanos y Caribeños que residen fuera de la Región, 2000**



Fuente: Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE).-División de Población de la CEPAL, Proyecto de Investigación de la Migración Internacional en Latinoamérica (IMILA).

Aunque la tendencia migratoria en su flujo sur-norte desde el continente americano podría ser uno de los patrones más importantes para el estudio del fenómeno migratorio internacional, en esta investigación se analizará únicamente el flujo y los patrones migratorios de México hacia los EUA.

#### **1.4. La migración en el contexto de la Globalización**

El sistema migratorio tiene como base la expansión del sistema capitalista, pues las migraciones internacionales han sido resultado de la dependencia de los países periféricos respecto a los países centrales o hegemónicos, los flujos de trabajadores se producen tras flujos internacionales de capital y bienes. Las inversiones de capital generan una población móvil, al tiempo que fomentan fuertes lazos materiales y culturales con los países centrales. La migración internacional tiende a ocurrir entre los países imperialistas y sus colonias debido a la existencia de vínculos previos de tipo cultural, administrativo, idiomático y

religioso. Por lo anterior, los movimientos migratorios tienen lugar en un sistema interconectado, producto del desarrollo histórico común.

Se puede afirmar que el destino que eligen los migrantes está influenciado fuertemente por lazos históricos entre países, y sobre todo, por su relación colonial, por ejemplo, los migrantes africanos van a Francia recorriendo el mismo camino que los franceses establecieron hace algunas décadas durante la Primera Guerra Mundial cuando Francia había reclutado a una buena parte de sus ciudadanos para el ejército, haciendo insuficiente el número de trabajadores en el campo, la construcción y la industria, por lo que demandó la mano de obra de africanos de las colonias para reemplazarlos. De este modo, acabada la guerra, los africanos continuaron dirigiéndose a Francia en busca de alternativas de trabajo. El Reino Unido también seleccionó mano de obra de sus antiguas colonias utilizando durante la Segunda Guerra Mundial a habitantes de éstas como soldados y contrató a hombres del Caribe para trabajar en los bosques escoceses. Tras la guerra, la selección de caribeños continuó para hacer frente a la falta de personal en los sectores del transporte y la salud (Appadurai, 1996).

El caso de los Estados Unidos de América con menos colonias, ha ejercido una importante influencia sobre varios países, especialmente sobre México. A principios del siglo XX cuando faltaban trabajadores para la agricultura y el ferrocarril, se hicieron expediciones al otro lado de la frontera para contratar mano de obra mexicana, iniciándose así el fenómeno de contratación de trabajadores temporales mexicanos que cruzaban la frontera. Alemania también con una historia colonial limitada inició en los años sesenta y setenta la captación de trabajadores temporales provenientes de Turquía (Stalker, 2004).

Como se ha presentado anteriormente, los países desarrollados originaron y provocaron en gran medida lo que se convertiría en uno de los fenómenos de mayor impacto y repercusiones a nivel global en el siglo XXI. Los movimientos migratorios fueron resultado de una estrategia orientada a disminuir el déficit de mano de obra escasamente calificada para países en crecimiento, para lo cual, los países de la periferia que no cuentan con los recursos propios necesarios para dar trabajo digno y bien remunerado a su población han servido por décadas como proveedoras de este insumo indispensable para el desarrollo económico de los primeros.

En el contexto de la Globalización podemos entender a los procesos migratorios como uno de los flujos del mundo moderno, junto con los de orden económico, cultural, tecnológico e ideológico (Appadurai, 1996). La globalización consiste en una dinámica de movimiento y tránsito permanente de recursos materiales y simbólicos, en la cual la relación espacio-tiempo tiende a desaparecer (Giddens, 1991) y los flujos erosionan las fronteras y límites del Estado-nación. La migración tiende a concentrarse o, al menos, a ser más

visible en dirección sur-norte, debido a las marcadas asimetrías entre los grados de desarrollo económico de ambos hemisferios (ONU, 2000).

Cuando los estados receptores procuran evitar o restringir estos movimientos como una forma de defender su soberanía, surge la conclusión de que la globalización tiende a excluir formalmente la migración internacional (CEPAL, 2006), lo que exacerba algunas consecuencias adversas para los países en desarrollo.

La primera fase de la globalización (desde mediados del siglo XIX hasta comienzos del XX) fue un período de liberalización e integración comercial, basado en una intensa movilidad de capital y mano de obra. Durante ese período, en Europa se produjeron importantes movimientos migratorios tanto hacia ultramar como dentro del continente. Parte de los emigrantes buscaron en los EUA y América Latina un destino para escapar del proceso de proletarización, otros migraron del campo a la ciudad o se dirigieron hacia las principales economías europeas como mano de obra de reemplazo. (Castles y Miller, 2004). En ese período, la región recibió un importante contingente de inmigrantes europeos, provenientes en su mayoría del sur del continente. Su llegada se explica por un conjunto de factores, entre los que resaltan las motivaciones de los europeos para emigrar al nuevo mundo en busca de tierras y nuevas oportunidades.

Por otra parte, los gobiernos de la época impulsaron medidas cuyo objetivo era atraer mano de obra y colonos para poblar los territorios. En casos específicos se promovió el ingreso de inmigrantes procedentes de otras latitudes para la realización de obras viales de gran envergadura, como fue el caso de la contratación de trabajadores chinos para la construcción del ferrocarril y la explotación de minas en Brasil y Chile. Si bien la incorporación de inmigrantes europeos fue más considerable en Argentina, Uruguay y el sur del Brasil, también llegaron a todos los demás países de la región, incluido el Caribe. El período delimitado por las dos guerras mundiales y la depresión de 1930 se caracterizó por un retroceso en los procesos de liberalización e integración comercial que venían observándose desde mediados del siglo XIX, así como por una marcada elevación de los niveles de proteccionismo de las economías. (Appadurai, 1996).

El fin de la segunda guerra mundial marca el inicio de una nueva etapa de la globalización. Entre 1945 y 1971 hay un período de transición que coincide con *Breton Woods* y termina con la crisis del petróleo; luego, desde 1970 en adelante, se gestan las bases del actual escenario (Castles y Miller, 2004), cuyos rasgos principales son grandes tensiones entre migración y globalización, un agitado contexto de restricciones, confusiones e incertidumbres y un dinamismo sin precedentes de la movilidad.

En el contexto actual, el modelo de globalización, iniciado a partir de la década de los noventa con la primera intervención militar de los EUA en Irák y la desintegración de la ExYugoslavia , en conjunto con la nueva migración internacional se convierten en fenómenos clave para entender y evaluar las dimensiones culturales, políticas, económicas de las sociedades altamente desarrolladas y, sobre todo , las que están en vías de desarrollo, pues ahora los flujos de capitales, productos , información y personas son más ágiles que nunca. Gracias a los adelantos alcanzados en las tecnologías de información, la logística y el tráfico internacional, la globalización y la migración tienen una dinámica que en otros tiempos no hubiera sido tan intensa y multidimensional.

En la era de la globalización los flujos migratorios operan sobre la base de los mercados globales, la división global del trabajo y los derechos globales, sin olvidar los factores de índole financiera que actúan de acuerdo sistemas macro-estructurales que buscan maximizar las ganancias de los participantes en los mercados financieros. Del mismo modo, las corrientes migratorias no se pueden ni entender ni regular nacionalmente. Ambas dinámicas presuponen una visión cosmopolita. Y, por último, la pobreza globalizada sólo puede combatirse globalmente ( Beck 2002). Esta es a grandes rasgos la dinámica compartida entre los factores multidimensionales de la globalización y el fenómeno migratorio objeto de estudio.

### **1.5. La migración internacional en el caso de América Latina y el Caribe**

En los últimos años, un aspecto fundamental de la dinámica de las migraciones en América Latina y el Caribe ha sido la estrecha relación entre los inmigrantes y las sociedades de origen y destino. La presencia de comunidades étnicas en el corazón de las ciudades industrializadas y la aparición de prácticas transnacionales entre los inmigrantes. Hechos que en su conjunto han dado origen a un sin fin de rasgos que hacen de estos flujos migratorios un tema crucial de estudio para dar respuesta a la forma en que se deberán afrontar en el futuro cercano las problemáticas que estas dinámicas sociales originan.

En el contexto de la migración y sustentadas en los vínculos familiares, políticos y económicos entre el lugar de origen y el de destino, surgen diversas prácticas y formas de vida que trascienden los límites geográficos y políticos de los países envueltos en este proceso y desafían el poder y el alcance de los estados para controlar y gobernar a una población específica que vive en un territorio delimitado. Como se mencionó en el apartado anterior, el fenómeno migratorio de una región específica se deberá abordar y resolver entre los diversos actores involucrados y el sistema global que lo reproduce.



La diversidad étnica y el multiculturalismo emergen con fuerza según los contextos políticos y sociales en los que los inmigrantes están insertos. Los planteamientos según los cuales los inmigrantes de primera generación mantendrían vivas sus tradiciones y cultura, mostrándose poco abiertos a incorporar los sistemas de valores, sociales y culturales de la sociedad de acogida, mientras que sus hijos estarían más inclinados a adoptarlas, probaron estar muy lejos de la realidad. Esta segunda generación no ha presentado una integración completa por vías como matrimonios mixtos, movilidad social y acceso a la educación, la vivienda y el trabajo bajo condiciones similares a las de la población local. La formación, presencia y consolidación de comunidades étnicas en ciudades a las que llegan inmigrantes de distintos lugares del mundo plantea una realidad compleja cuando tales comunidades muestran altos niveles de pobreza, heterogénea participación en el mercado de trabajo, bajos grados de escolaridad, problemas de vivienda, salud pública y, en general, una situación de exclusión reforzada por un proceso de estigmatización y discriminación por parte de la sociedad en su conjunto. Junto con ello se detectan prácticas migratorias que desafían los límites territoriales del barrio, la ciudad y el Estado para instalarse más allá de las fronteras, en un espacio transnacional formado a partir de los nexos que se tejen con la sociedad de origen y la de destino, donde se produce una reconfiguración de identidades personales, locales y nacionales. (Meyers y Papademetriou, 2002). Sin embargo, esta dinámica social ha estado reconfigurando los patrones de consumo de los inmigrantes en las regiones receptoras, aún con las limitantes que imponen los niveles de pobreza y marginación, dando origen a la construcción de nuevas redes de tráfico y logística de productos cuyo consumo es necesario en la dinámica diaria de los inmigrantes en sus nuevas comunidades. Este factor de consumo es la base que da origen a un mercado generado por las corrientes migratorias al momento de establecerse en los territorios de acogida.

Por otro lado, las transformaciones ocurren incluso en los lugares más remotos, donde no es necesario que estén presentes los sujetos que transmiten estos cambios, nuevos sentidos y significados. En las comunidades de origen, la ausencia de quienes han partido modifica las dinámicas sociales, familiares y económicas. Junto con las llamadas telefónicas, cartas, correos electrónicos y remesas, se importan nuevos estilos de vida, pautas de comportamiento y de consumo, identidades de género e ideas. Hoy la inmigración da origen a diversidad, multiculturalismo y desafíos al mito de la homogeneidad, en tanto que el paso de los trabajadores y sus familiares de un país a otro reconfigura toda frontera político-administrativa. Resulta evidente que es imposible gobernar la migración a partir de un enfoque unilateral centrado en el control (Meyers y Papademetriou, 2006), además de haberse probado que el intento de hacerlo es ineficiente e irrealista (CEPAL, 2002) y constituye una de las

prácticas más incongruentes con el funcionamiento armonioso de la democracia.

El transnacionalismo y el multiculturalismo emergen en el contexto de la globalización. El desarrollo y la masificación de las nuevas tecnologías han permitido reducir considerablemente los costos de comunicación no sólo dentro de un país, sino también entre países y regiones incluso distantes. El uso de la telefonía celular ha hecho posible para los inmigrantes mantener una vía de contacto abierta y permanente con sus familiares en los lugares de origen y también con los que han emigrado a otros lugares (Tamagno, 2003). La existencia de Internet ha facilitado y abaratado los costos de la comunicación, lo que explica el gran número de “cibercafés” y telecentros que se han abierto en los barrios en los que hay una alta concentración de inmigrantes, así como en sectores con altos índices de emigración internacional.

La transnacionalidad y el multiculturalismo ofrecen una estrategia de integración económica y social distinta de la integración vía asimilación. Es el resultado de una serie de prácticas y estrategias de supervivencia derivadas de la exclusión en que viven estas comunidades en los lugares de destino. Los inmigrantes latinoamericanos y caribeños, al no tener acceso a mejores trabajos, buscan alternativas independientes, para lo cual activan su capital social y cultural basado en la red de contactos que mantienen con sus familiares y su comunidad de origen (Canales 2000). La transnacionalidad reproduce las desigualdades sociales características de los países de origen, ya que los inmigrantes de mayores recursos que se radican en un determinado lugar no tienen mayor interacción con los provenientes de sectores populares o de zonas rurales que llegan a las mismas ciudades (Guarnizo, Portes, 2003).

El carácter transnacional de la migración no está aún presente en todos los procesos migratorios o, al menos, no presenta la misma intensidad y fuerza. Hay cierto grado de coincidencia en cuanto a que la solidez de los lazos con la comunidad de origen está estrechamente relacionada con la forma que adopta la migración. Los atributos del lugar de origen si es de carácter rural o urbano o de clase media o baja, adquieren especial importancia. Hay dos ámbitos en los que es posible evaluar la intensidad de la transnacionalidad: la frecuencia del envío de remesas y la presencia de familiares en el país de origen. En ambos casos se parte de la base de que en la medida en que haya hijos, hermanos o familiares cercanos que permanezcan en el lugar de origen, la transnacionalidad es una extensión de esos lazos familiares y en varios países de América Latina y el Caribe la prueba más objetiva de ello es el envío de remesas.

De 2000 a 2005 el número total de migrantes internacionales ascendió aproximadamente de 175 a 191 millones, aunque se supone que esas cifras son en la realidad mayores, en una cantidad difícil de precisar debido a que en

las estadísticas sólo figuran quienes están registrados en los países de acogida. De esa cantidad, 49 millones salieron de países asiáticos, 18 millones de africanos y seis millones de latinoamericanos y caribes (CEPAL, 2006).

La convención sobre “Derechos de los trabajadores migrantes y sus familias”, fue aprobada en 1990 por la Organización de las Naciones Unidas, y entró en vigencia el 27 de julio de 2003 al ser ratificada por 22 países, entre ellos: Egipto, Marruecos, Seychelles, Colombia, Filipinas, Uganda, Sri Lanka, Senegal, Bosnia-Herzegovina, Cabo Verde, Azerbaiyán, México, Ghana, Guinea, Bolivia, Uruguay, Belice, Tayikistán, Ecuador, El Salvador, Guatemala y Malí. Entre los países que no la han suscripto están los que cuentan con el mayor número de inmigrantes y que más se benefician con el aporte que éstos hacen a la economía del país de acogida: Alemania, Arabia Saudí, Canadá, España, Estados Unidos, Francia, Reino Unido, India, Rusia y Ucrania. Sumando, entre todos 102 millones de inmigrantes, según cifras de la Comisión Mundial de Migraciones creada por la ONU, en 2005, Estados Unidos contaba con 38,4 millones de inmigrantes, Rusia con 12,1 millones, Alemania con 10,1 millones, Ucrania, con 6,8 millones y Francia con 6,5 millones. (Fraerman, 2006).

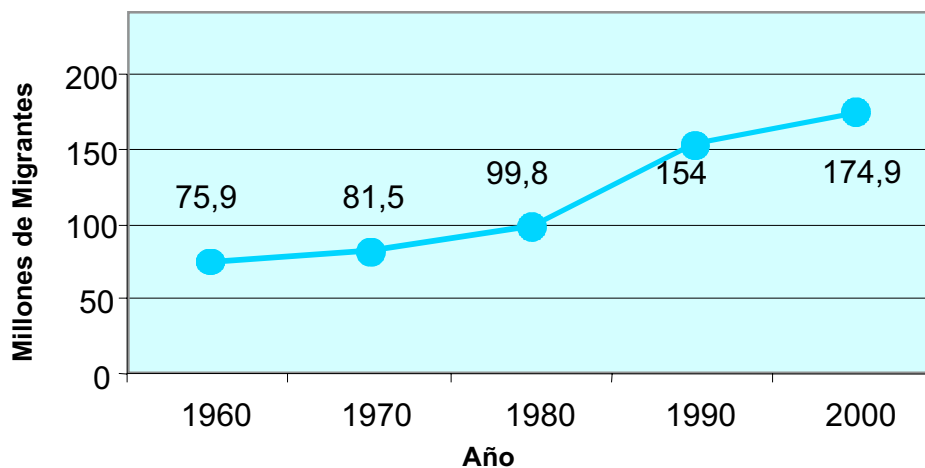
Actualmente, los flujos migratorios internacionales se diferencian de manera significativa de los que habían ocurrido en períodos previos. La variada gama de expresiones de la llamada nueva era de las migraciones implica a los siguientes factores:

- a) La experimentación de una nueva mutación en su extensa tradición migratoria del continente Europeo, para convertirse ahora en un cuantioso receptor de flujos migratorios.
- b) El predominio, a partir de la década de los setenta, de los flujos migratorios latinoamericanos, caribeños y asiáticos hacia los EUA.
- c) La formación de un nuevo sistema de migración en el Golfo Pérsico a partir de la crisis del petróleo de la década de los ochenta.
- d) La conformación de nuevas regiones de migración en el Pacífico: Australia, Nueva Zelanda, Japón, Taiwán, Singapur, Corea del Sur, Hong Kong, Malasia y Tailandia.

Este nuevo mapa de flujos migratorios internacionales revela una importante tendencia a la diversificación de rutas de origen y destino, dando cuenta de una verdadera mundialización migratoria, estimulando con la globalización a la respuesta rápida de países expulsores a oportunidades generadas en países distantes, más allá de sus fronteras nacionales.

El siguiente gráfico muestra la tendencia creciente del volumen de migrantes internacionales en las últimas cinco décadas, mostrando el aumento más significativo a partir de la década de los años ochenta.

**Figura 1.2. Volumen de migrantes internacionales 1960-2000**

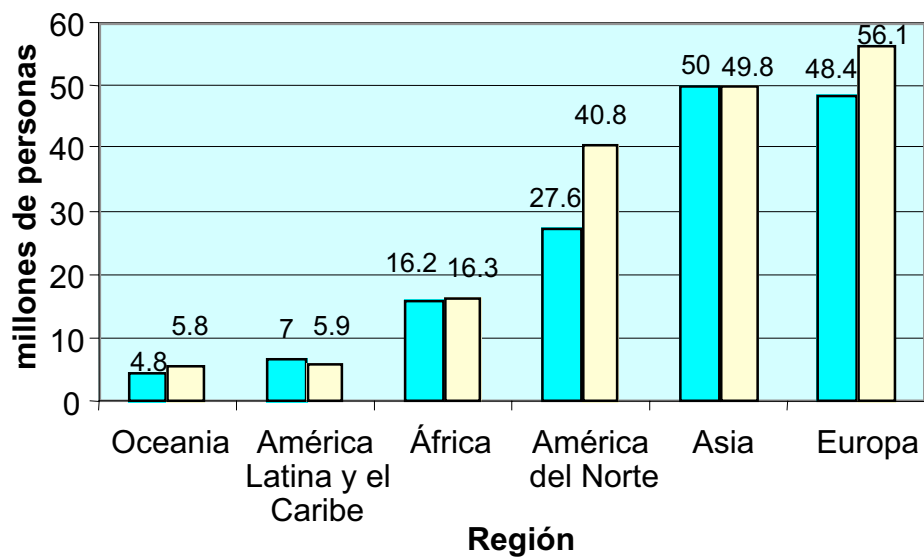


Fuente: Organización de las Naciones Unidas. *International Migration Report (2004)*

En el año 2000 cerca del 60 por ciento de los migrantes internacionales residía en los países más industrializados (ONU, 2002). Mientras que Europa, Asia y América del Norte concentraban aproximadamente al 84 por ciento de los migrantes internacionales en el mismo año. Datos que demuestran cómo lo flujos migratorios tienden a orientarse hacia las economías que ofrecen mayores posibilidades de desarrollo personal y profesional.

En la siguiente figura se muestran las cifras correspondientes al total de inmigrantes en los distintos continentes haciendo una comparación entre el año 1990 y el 2000 para identificar a las regiones receptoras más predominantes.

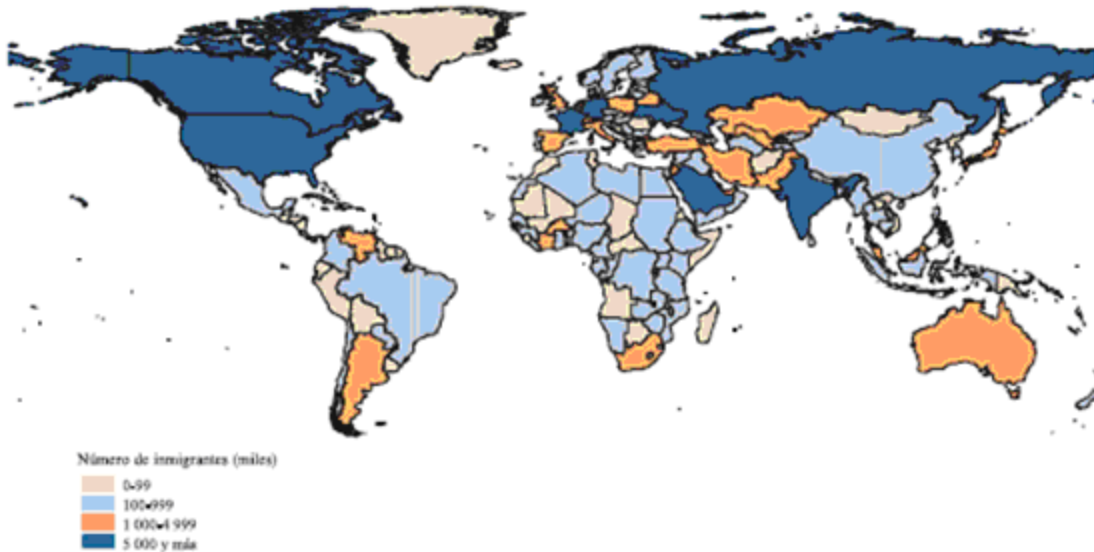
**Figura 1.3. Volumen de Inmigrantes Internacionales por Regiones 1990 y 2000**



Fuente: Organización de las Naciones Unidas. *International Migration Report (2004)*

Como se aprecia, Europa sigue conservando el liderazgo en el nivel de inmigración debido a los sucesos históricos que ya se mencionaron anteriormente.

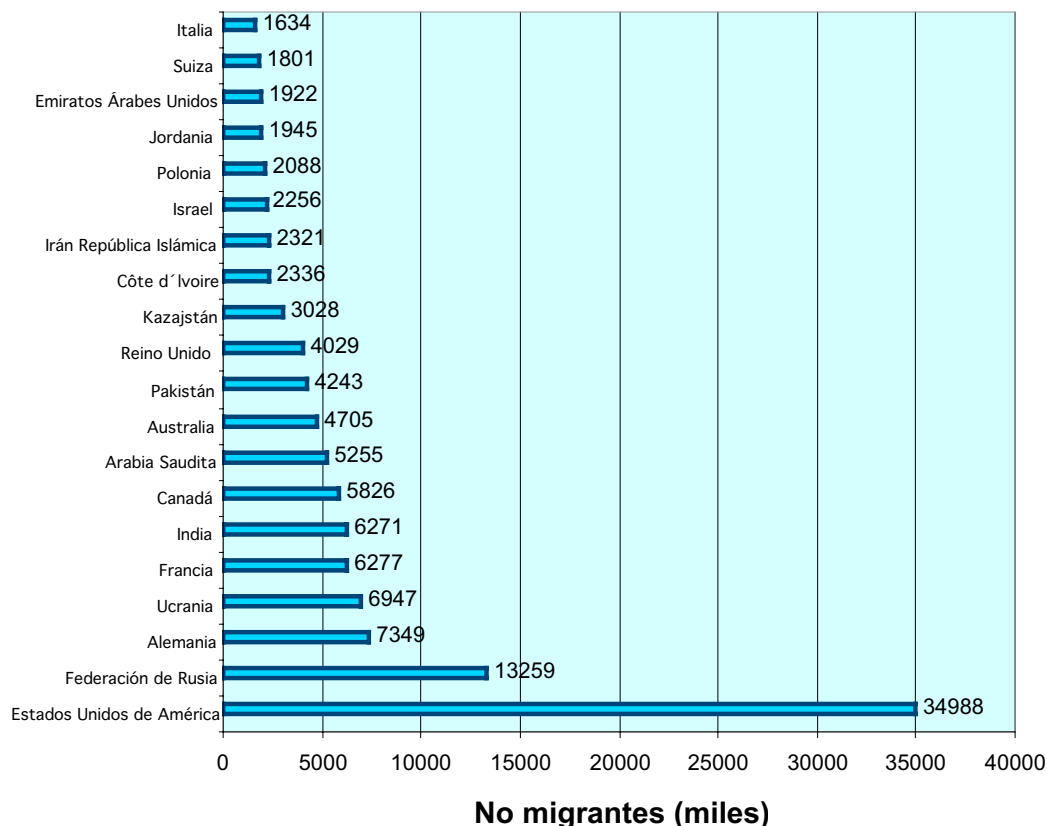
**Figura 1.4. Estimación de Número de Inmigrantes por País, 2000**



Fuente: CONAPO , 2002.

En el año 2000, en Estados Unidos de América residían 35 millones de migrantes, siguiéndole en orden de importancia Rusia y Alemania con 13 y 7 millones de migrantes, respectivamente (ONU, 2004).

**Figura 1.5. Número de Inmigrantes por países**



Fuente: Organización de las Naciones Unidas. *International Migration Report (2004)*.

Los nuevos países de destinos de los migrantes procedentes de América Latina y el Caribe se ha ido diversificando de manera progresiva. Los factores de expulsión en el país de origen, aunados a la demanda de trabajadores con diverso grado de especialización, la consolidación de redes sociales y la facilitación de los medios de transporte y comunicaciones, contribuyeron a una fuerte expansión de los flujos de latinoamericanos y caribeños a España, Japón y Canadá durante la década 1990. Los migrantes originados en la región también tienen una presencia importante en otros países de Europa (principalmente caribeños en Holanda y el Reino Unido, y sudamericanos en Italia, Francia y Portugal), en Australia (chilenos) e Israel (argentinos). De este modo, se estima que 3 millones de personas nacidas en América Latina y el Caribe residen fuera de la región en países distintos a los Estados Unidos de América (CELADE, 2006). España es el segundo destino de la emigración

regional. Después del arribo de cerca de 3,5 millones de españoles a varios países de la región, que se registró entre 1850 y 1950, la tendencia migratoria se invirtió, comenzando con un flujo pequeño de migrantes y solicitantes de asilo, para experimentar un impulso considerable durante los años noventa. Las personas nacidas en los países de América Latina censadas en España aumentaron de 210 mil en 1991 a 840 mil en 2001; el Padrón Municipal de Habitantes, de enero de 2004, arrojó un total de 1,2 millones de personas oriundas y nacionales de algún país latinoamericano (Domingo, 2004).

En la etapa moderna de flujos migratorios internacionales, es importante señalar una de las características distintivas de la migración latinoamericana y caribeña, que es la creciente participación de mujeres, que en numerosos flujos ya es mayoría. Esta feminización cuantitativa trae consigo alteraciones cualitativas en los significados y consecuencias de la migración internacional. La composición de los flujos según el género guarda estrecha relación con el grado de complementariedad entre los mercados de trabajo de los países, la demanda laboral en actividades de servicios, los efectos de las redes y las modalidades de la reunificación familiar. En esta dirección apunta la fuerte representación del servicio doméstico como modalidad de inserción laboral preferente entre las inmigrantes sudamericanas en Europa y, en menor grado, en los EUA y Canadá. A su vez, la reunificación familiar, que fue una categoría frecuente del ingreso de mujeres en los Estados Unidos, ha perdido peso en relación con la incorporación directamente asociada a razones laborales (CELADE, 2006).

Si se considera el hecho de que la mujer es una figura clave e importante en la formación y educación de la familia, esta feminización en la migración internacional traerá tarde o temprano consecuencias positivas o negativas en las nuevas células sociales que se están rediseñando a partir de la necesidad que tiene la mujer de salir del seno familiar a buscar mejores condiciones de vida. Seguramente pasarán algunas décadas para poder medir el impacto social resultado de que la figura que, tradicionalmente, se quedaba a cargo de la crianza y educación de los hijos emigre a los países que le ofrecen mejores condiciones de desarrollo.

La feminización de la migración entraña la oportunidad de abrir nuevos espacios a la mujer dentro del ámbito de la familia y de la sociedad como un todo, pues está llamada a contribuir a que se flexibilice la división sexual del trabajo y transformen los modelos y roles de género. Sin embargo, también esconde el riesgo de afectar negativamente los proyectos de vida de las mujeres, de reforzar sus condiciones de subordinación y las jerarquías asimétricas de género, de menoscabar su dignidad y atentar contra sus derechos. Un ejemplo de ello es el trabajo doméstico transfronterizo, que representa un alto componente de la inserción laboral femenina y está



fuertemente vinculado con una preocupación de la comunidad internacional sobre la situación de vulnerabilidad que afrontan las mujeres migrantes respecto a ser víctimas de discriminación y de la violación de sus derechos humanos y libertades fundamentales (Cortés, 2005).

Otra característica distintiva de la etapa moderna de los flujos migratorios en América Latina y el Caribe, y que se experimenta desde hace décadas, es la pérdida de población de elevada calificación. Entre los factores que propician la emigración de personal calificado se destacan las condiciones del mercado laboral y las dificultades en el campo de la investigación, la ciencia y la tecnología que se advierten en los países en desarrollo; en la misma dirección opera la activa demanda por competencias específicas en los países desarrollados (Martínez, 2005; OIT, 2005; Solimano, 2005).

De acuerdo con la información reunida por el CELADE (2006), las cifras censales indican que el número de profesionales, técnicos y afines latinoamericanos fuera de su país de origen aumentó fuertemente desde 1970, ascendiendo a poco más de 300 mil personas en 1990 y a casi un millón en 2000. Del total de estos migrantes sólo un tercio permanecía dentro de la región en 1990; en 2000 esa proporción se redujo a un cuarto. Aunque los profesionales y técnicos representan una fracción reducida de la población económicamente activa migrante intrarregional, su participación aumentó significativamente; amén de contribuir a valorizar este patrón migratorio, esta tendencia puede repercutir negativamente en los esfuerzos de cooperación regional en el empleo compartido de los recursos humanos calificados (Villa y Martínez, 2004).

Esta característica de los flujos migratorios de la región de América Latina y el Caribe es el resultado de la falta de competitividad que los países expulsores registran a nivel local, cabe señalar que será necesario un esfuerzo interregional para poder contener o mantener a esta mano de obra calificada dentro de sus países de origen otorgando de forma estructural oportunidades para el mejoramiento de su nivel de vida y desarrollo profesional.

En resumen, las características del fenómeno migratorio en las regiones objeto de este estudio son producto de múltiples factores que impactan en todos los ámbitos del desarrollo humano, en este sentido, es importante mencionar el fenómeno cultural y social que se desprende de los flujos migratorios y que ha acompañado al desarrollo de la humanidad desde que los primeros migrantes se establecieron y convivieron en las regiones receptoras, generando dinámicas sociales únicas debido a su forma de expresar y vivir su propia cultura en espacios ajenos, muchas veces, sufriendo la estigmatización o discriminación por parte de los grupos mayoritarios o nativos de las regiones receptoras más desarrolladas.

## **1.6. Multiculturalismo y Culturas Híbridas en el marco de la migración internacional**

Los nuevos enfoques de la migración conllevan a la reconceptualización de la identidad y gestión de los migrantes como sujetos históricos, pues son ellos quienes crean nuevas formas de relaciones sociales, tanto en la sociedad de origen como en la de arribo. (Imaz, 2006). El multiculturalismo es una expresión de la realidad actual de la asimilación de los migrantes a un entorno social distinto al que han conocido.

La diversidad étnica y cultural es una característica de los pueblos del mundo, enraizada en antiguos procesos históricos, y sujeta a constantes modificaciones que se aceleran como resultado de la globalización. La diversidad cultural es un derecho humano que precisa ser cuidado por adecuadas políticas culturales. Vivir libremente la cultura e identidad propias es uno de los derechos humanos más preciados. En algunos países industrializados, la celebración de la diversidad cultural, es en ocasiones un mero simulacro para enmascarar las profundas diferencias socioeconómicas generadas en forma permanente por el modelo económico neoliberal, aunque el reclamo de los pueblos por sus derechos culturales constituye en numerosas circunstancias una parte integral de su lucha por la supervivencia, por la igualdad y por la participación democrática, es también una forma de resistencia, como lo demuestran los pueblos indígenas en la actualidad (Stavenhagen, 2006).

La multiculturalidad significa, en primer lugar, el reconocimiento de la realidad social y cultural; en segundo lugar, la multiculturalidad puede ser considerada un proyecto de nación: la necesidad urgente de redefinir el concepto y el modelo de nación que maneja la sociedad en su conjunto y que cada individuo lleva dentro; por último, la multiculturalidad constituye un marco para el reordenamiento de las relaciones sociales y políticas con el objeto de reafirmar lo que tiende a llamarse la ciudadanía multicultural. (Stavenhagen, 2006).

Podemos señalar que el fenómeno de la migración internacional ha favorecido la creciente aparición de nuevos conceptos sociológicos para poder dar cuenta de las nuevas formas en que los individuos viven sus propios procesos de asimilación cultural en territorios ajenos.

Varios autores, entre ellos, Néstor García Canclini (1989), han tratado de generar un marco conceptual para todos estos procesos de expresión de la cultura y las sociedades en el marco de la globalización, de los conflictos sociales actuales que surgen: entre lo tradicional y lo moderno, entre lo culto y lo popular, entre lo nacional y lo extranjero. A partir de estos conflictos antagónicos podemos encontrar el desarrollo y difusión de términos como

“Culturas Híbridas”, “Hibridación Cultural”, “Sociedades Multiculturales”, “Sociedades Transnacionales”, etc., mismos que cobran una importancia relevante al relacionarlos con el fenómeno de la migración internacional. La forma en que los inmigrantes reorganizan sus patrones culturales y los expresan genera un número interesante de posibilidades para crear subsistemas únicos de comunicación, consumo, ahorro y esparcimiento, entre otros.

La permanencia de la identidad mexicana de los inmigrantes de los Estados Unidos de América se explica por las condiciones históricas de su desarrollo, así como por la exclusión, estigmatización y racismo sufridos. Existen dos rasgos que caracterizan esta identidad mexicana a diferencia de otras en la migración internacional: una, su permanencia a lo largo de siglo y medio, y dos, su evolución en un amplio ambiente multicultural, donde ahora es revalorada como una identidad proyectada que intenta construir una sociedad que respete las diferencias culturales sin discriminación. Las formas de arribo y establecimiento de los emigrados en una sociedad que los distingue y segrega de acuerdo con su origen étnico diferente del “blanco”, que se asemejan a lo que ocurrió en el siglo pasado con las migraciones europeas, contribuyen a mantener las redes migratorias y la permanencia de la identidad cultural de los mexicanos. La categorización basada en la noción de “raza” como se registra a los migrantes en las estadísticas de población norteamericanas desagregadas en hispanos, asiáticos y negros, entre otras, borra la identificación nacional de éstos y contribuye a la continuidad de la construcción de la identidad cultural dominante para la mayoría de la población estadounidense. En este contexto de “categorización racial”, la discriminación por el mismo motivo se traduce en una segregación social (laboral y residencial) que enfrenta la mayoría de los migrantes contemporáneos, lo que provoca en respuesta, busquen sus orígenes. (Imaz, 2006).

El multiculturalismo como una forma de relación con el otro, es una construcción teórica y empírica portadora de una ideología emancipadora, que tiende a una justicia social. El multiculturalismo entonces, es la vía posible para un entendimiento necesario en espacios que están reconstituyéndose como pluriculturales al aglutinar a sujetos pertenecientes a culturas distintas (Franco, n.d.) Estos espacios que denominamos ciudades nodales, están rebasando incluso a las naciones por el rol que juegan en el contexto mundial. Allí, se engarzan las finanzas, los productos, los sueños y las identidades de diversas etnias que intentan ganar para sus miembros la ciudadanía.

El movimiento multiculturalista se basa en la reivindicación del derecho a la diferencia en el escenario social; construido a partir de una ideología determinada. Esta propuesta de vida se encuentra en formación tanto en la fase teórica como en la empírica, sin embargo, la diversidad cultural, ha constituido desde tiempos remotos una condición de vida entre las sociedades. El

encuentro y participación con los “otros”, se ha dado por la movilidad permanente en el mundo, creándose una dinámica de resignificación de contextos e identidades sociales que podemos incluso ubicar históricamente, en múltiples territorios, donde llegaban los mercaderes, soldados, comunidades en diáspora, etc; hasta encontrar, actualmente, procesos desterritorializados vía la movilidad de sujetos y por la puesta en marcha de satélites de información, avizorando de entrada, un horizonte cultural mundializado. (Franco, n.d.).

A pesar de que los medios de comunicación juegan un papel importante en las sociedades contemporáneas, estos no logran homogenizar planetariamente a los sujetos y actualmente vivimos procesos complejos e incluso paradójicos: de globalización (económica, social y cultural), a la constitución de identidades locales y reconstitución de identidades de orden comunal fuera del territorio, donde se recrean costumbres, usos y tradiciones del lugar de origen. La movilidad, que ha hecho posible que diversas culturas, estén presentes en un mismo espacio, es decir, la migración, es indudablemente el origen de la multiculturalidad que hoy tiene sentido si queremos “aprender a vivir juntos” con equidad, en este mundo que se torna profundamente desigual vía el neoliberalismo. Por lo tanto, la sociedad civil deberá asumir entonces el reto de construir un multiculturalismo humanista (Franco, n.d.).

En el caso específico de los espacios multiculturales construidos por la sociedad de migrantes mexicanos en los EUA encontramos que esta población se encuentra distribuida en una variedad de generaciones, nivel socioeconómico, status legal, ascendencia, idioma, nivel de estudios e identidades. En lugar de compartir una identidad relativamente homogénea como la que caracterizó a los grupos de migrantes europeos, la identidad mexicana está determinada por divisiones internas, conflictos y tensiones producto de la dimensión y duración de esta migración y de los contextos en los que se ha desarrollado. Incluso, podríamos hablar de la existencia de varios patrones de migración de mexicanos hacia los EUA, como lo demuestra la relación que hay entre el lugar de origen del migrante y las ciudades destino que éstos eligen, así como, entre el nivel de educación de la migración moderna y el tipo de trabajo al que pueden acceder una vez insertados en el mercado laboral.

La fragmentación de la etnicidad de esta población se refleja en el hecho de que la Oficina del Censo de Población en aquel país ha tenido que usar tres identificaciones que separan a los de origen mexicano dentro de los hispanos; en mexicanos, mexicano-norteamericanos y chicanos, ya que cada uno corresponde a una concepción particular de la identidad mexicana (García, 1990). Otras nomenclaturas, de las cuales se hablará en el capítulo 2, y utilizadas para hacer distinciones en cuanto al perfil psicodemográfico de la población de mexicanos es la de: población de origen mexicano, mexicanos de primera o segunda generación.

Es importante señalar que la distribución de los barrios mexicanos en las grandes ciudades de los EUA se debe a estos factores de índole segregacional y no a meras coincidencias geográficas. Citando el caso de la ciudad de Chicago en el estado de Illinois, se pueden observar claramente los bloques o cuadros geográficos delimitados para cada raza, en los cuales es evidente el predominio de un determinado grupo racial; esta división segregada de los barrios es un factor determinante para establecer el costo promedio del alquiler de un departamento o casa habitación, factor, por demás ilustrativo de las implicaciones económicas y comerciales del fenómeno migratorio. También es posible asegurar que el tipo de trabajos “catalogados” para migrantes contenga este toque de segregación social para poner en evidencia el lugar en el aparato productivo que los migrantes deben ocupar. Por último, se considera necesario exponer, que la dinámica comercial en esta ciudad en particular, se ve fuertemente influenciada por los orígenes étnicos de sus diferentes barrios (Indú, Chino, Koreano, Mexicano) pues la distribución y logística de los productos está determinada por el tipo de consumidor que los comprará. (Ver Capítulo 4 del Mercado de la Nostalgia).

En resumen, es importante destacar la influencia de la migración internacional en la reestructuración social, cultural, económica y política de los grupos, ciudades, regiones y continentes. La multiculturalidad es una tendencia que no puede revertirse, ya que, aunque de forma gradual y lenta, la asimilación de nuevas dinámicas sociales se convierten en patrones y ritos que se van arraigando y reproduciendo, dando origen a nuevos espacios legítimos de convivencia sin importar el territorio y la circunstancia de la cual surgieron.

A lo largo de las décadas, desde 1964, las comunidades organizadas de migrantes mexicanos dieron origen a la aparición de asociaciones que se sustentan en el sentimiento de arraigo y pertenencia que experimentan los grupos de migrantes en los países de acogida hacia sus regiones de origen, desde luego, consideramos el surgimiento de estos grupos como la consecuencia más palpable del multiculturalismo que se vive en los EUA a partir del fenómeno migratorio.

### **1.7. Los Clubes, Asociaciones, Federaciones y Confederaciones de comunidades de origen mexicano en los EUA**

Las denominadas “asociaciones de comunidades de origen”, conocidas como “clubes” formadas por migrantes mexicanos en EUA (conocidas como *Home Town Associations*) surgen originalmente con el propósito de contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de sus paisanos en las comunidades de origen en México, manteniendo a los emigrantes en contacto con dichas comunidades. Estas asociaciones representan uno de los caminos principales por las que inmigrantes mexicanos se vinculan activamente con sus

comunidades de origen, trascendiendo así las barreras geográficas y políticas que las separan de aquellas (Delgado, 2002).

Se trata de asociaciones formadas por migrantes de la misma comunidad en México que se concentran bajo una figura colectiva con el propósito de enviar remesas y otros recursos materiales para el mejoramiento de las condiciones estructurales de aquellas, generalmente a través de proyectos filantrópicos para obras públicas, generando de esta manera importantes implicaciones para las concepciones de pertenencia e identidad comunitaria de estos inmigrantes.

Las asociaciones de inmigrantes representan un fenómeno social de mucho tiempo, pues representan una de las facetas más comunes asociadas a procesos de migración internacional de distintas poblaciones a países como Estados Unidos de América a finales del siglo XIX y comienzos del XX, las cuales jugaron un papel fundamental para su integración y movilidad económica en ese país.

Estas asociaciones se encuentran presentes también en comunidades migrantes de origen Indio y Koreano, cuyo propósito predominante, más allá de la ayuda a distancia a sus comunidades de origen, consiste en el apoyo que se les otorga a los recién llegados para integrarse a la fuerza laboral o comercial de una manera rápida y segura, así como el apoyo a los pequeños empresarios que tratan de establecerse en las ciudades receptoras. El poder social y económico de estas organizaciones no se puede comparar con el de las comunidades de origen europeo como por ejemplo la comunidad griega o judía, por citar ejemplos. Ya que estas comunidades tienen mayor tiempo establecidas y han podido integrarse o asimilarse a la cultura norteamericana más fácilmente por cuestiones de índole étnico y cultural.

### **1.8. Organización Interna de los Clubes, Asociaciones y Federaciones**

Generalmente se trata de asociaciones formadas por inmigrantes de origen rural, mayoritariamente de los estados de migración tradicional del occidente de México, aunque más recientemente han surgido importantes asociaciones en otros estados, especialmente Oaxaca. Asimismo, los fundadores de estas asociaciones suelen ser inmigrantes de primera generación que ya se encuentran asentados y con cierta posición sólida en los EUA, quienes buscan ayudar a sus comunidades de origen a través de proyectos financiados por estos clubes (CEPAL 2006).

Se estima que existen alrededor de 170 clubes de inmigrantes mexicanos en EUA, dieciocho estados de México registrados en los consulados mexicanos, además de otro gran número de asociaciones de carácter más informal que no

tienen contacto oficial con los consulados . Los estados con mayor número de clubes son Zacatecas con 51, Jalisco con 49 y Michoacán con 11. No todas las asociaciones mantienen el mismo nivel de organización. Se distinguen tres niveles de complejidad e institucionalización de las mismas. El primero es el de asociaciones de carácter informal formadas en base a redes sociales de inmigrantes de la misma comunidad de México, a través de las cuales los paisanos se ayudan en la búsqueda de trabajo, vivienda y otras necesidades de primera mano. Un segundo nivel de desarrollo es el de clubes oficiales fundados por inmigrantes de la misma comunidad o “comunidades hermanas” de México. El tercer nivel de complejidad es el de las llamadas “federaciones”, que son aquellas formadas por diferentes clubes de un mismo estado en México y organizados bajo una misma figura. La más antigua de éstas es la Federación de Clubes de Zacatecas, una de las regiones de migración tradicional a EUA, que fue creada en 1972 y en la actualidad cuenta con 51 clubes miembros.

A continuación se presentan datos estadísticos generados desde México con la información que se tiene acerca del número de asociaciones de migrantes en los EUA, del estudio realizado por la Comisión de Estudios Sociales y de Opinión Pública de la Cámara de Diputados de la LIX Legislatura (2003).

**Cuadro 1.2. Asociaciones de Comunidades de Origen Mexicano en los EUA.**

**Asociaciones de Migrantes en los Estados Unidos por Estado de origen, 1998**

Estado	California	Illinois	Texas	Subtotal	Otros	Total
Michoacán	11	9	0	20	2	22
Guanajuato	15	11	12	38	8	46
Oaxaca	21	3	1	25	3	28
Jalisco	52	19	2	73	11	84
Guerrero	3	22	3	28	1	29
Durango	12	6	3	21	1	22
Zacatecas	81	22	15	118	2	120
Subtotal de Estados con mas Migración	195	92	36	323	28	351
Subtotal Otros	72	11	42	125	22	147
Total	267	103	78	448	50	498

Fuente: Cámara de Diputados LIX Legislatura. Estudios sociales y de opinión pública de la Cámara de Diputados. Migración de mexicanos a Estados Unidos. Noviembre 2003.

El estado de la República Mexicana que más presencia tiene en cuanto al número de organizaciones registradas es Zacatecas con 120 asociaciones, de las 498 de organizaciones formales (498) que se tenían registradas a finales de los años noventa, lo cual habla de la capacidad que han tenido estas poblaciones para organizarse y construir redes sociales con una presencia real en los EUA. Cabe señalar que este número de asociaciones superó los 600 en el año 2005 como se señala en el capítulo 3.

En este capítulo, se pudieron precisar las definiciones y características del fenómeno migratorio internacional y profundizar en los antecedentes que lo originaron. También se presentaron los datos más relevantes sobre los flujos migratorios en la región de América Latina y el Caribe con el fin de limitar este estudio a una región específica. Este estudio también plantea el fenómeno de la migración internacional en el marco actual de la globalización con el fin de comprender el impacto que puede alcanzar éste en el ámbito económico y social. Por último, se expuso como este fenómeno da lugar a cambios de orden socio-cultural como el llamado multiculturalismo, el cual se ejemplifica con el surgimiento de asociaciones organizadas de inmigrantes de origen mexicano en los EUA.



## **CAPÍTULO 2. MIGRACIÓN MEXICANA A LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (EUA)**

## **CAPÍTULO 2. MIGRACIÓN MEXICANA A LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (EUA)**

### **2.1. Antecedentes y panorama general de la migración mexicana a los EUA**

La migración entre México y Estados Unidos es un fenómeno complejo, con una prolongada tradición histórica y con raíces estructurales en ambos lados de la frontera. Dentro de las fuerzas que han contribuido a estructurar este complejo sistema migratorio destacan: la persistente demanda de mano de obra mexicana en los sectores agrícola, industrial y de servicios por parte de los EUA; el considerable diferencial salarial entre ambas economías; el intenso ritmo de crecimiento demográfico de la población mexicana en edad laboral; la insuficiente dinámica de la economía nacional para absorber el excedente de fuerza de trabajo; y la tradición migratoria hacia el vecino país del norte, conformada en el siglo XIX y XX en diversas regiones de nuestro país (Curzio, 2007).

Los factores que estructuran el complejo sistema migratorio entre estos dos países pueden ser agrupados en tres grandes categorías: los factores vinculados con la oferta (expulsión) de fuerza de trabajo; los factores asociados con la demanda (atracción); y los numerosos factores sociales que vinculan a las comunidades de origen con las de destino, los cuales son determinantes tanto para reducir los costos y riesgos asociados con el movimiento migratorio, como para contribuir a sostenerlo, recrearlo y perpetuarlo (CONAPO, 2005).

La migración es un proceso dinámico y, por lo tanto, la importancia atribuida a cada uno de estos factores ha tendido a variar a través del tiempo. El catalizador de gran parte de la corriente migratoria ha radicado tradicionalmente en los factores de la demanda (atracción). Sin embargo, los factores de la oferta (expulsión) desempeñan en la actualidad un papel tan fundamental como la disponibilidad de empleos en los EUA. Podemos decir que estas fuerzas macroestructurales han encontrado en varios momentos la forma de convivir aportando sustanciales beneficios a todos los actores involucrados, sin dejar de notar que también han tenido varios momentos de crisis provocados por los ajustes económicos (recesiones, desaceleraciones) que ha tenido que enfrentar el país vecino.

Desde el punto de vista de los factores de la demanda (atracción), conviene recordar que los trabajadores mexicanos son considerados en muy diversos sectores de la actividad económica como un componente *esencial* del trabajo manual realizado en EUA. Además, se prevé que ese país enfrentará en los próximos años una aguda escasez de fuerza de trabajo. De acuerdo con los datos del *U.S. Census Bureau* (2005), entre 1998 y 2008 podría acumularse en aquel país un excedente de hasta cinco millones de empleos sin trabajadores

para ocuparlos, al tiempo que cerca de 57 por ciento de los empleos creados requerirían personal con un modesto entrenamiento y una educación formal por debajo del nivel de preparatoria.

Estas tendencias podrían verse acentuadas en el largo plazo conforme los integrantes de las generaciones del llamado *baby boom* en EUA empiecen a alcanzar la edad del retiro de la actividad económica. De hecho, se considera que los aumentos anuales de la población estadounidense de 65 años o más pasarían de casi 200 mil personas durante este decenio, a 1.5 millones entre 2011 y 2028. (CONAPO, 2005)

Así, la necesidad de estabilizar la oferta de fuerza de trabajo en algunas ramas de la actividad económica en EUA abriría una ventana de oportunidad para negociar los términos de un eventual acuerdo migratorio con ese país, pero dada la situación económica actual y los esfuerzos de algunos grupos políticos para generar un ambiente anti-migrantes en la sociedad de los EUA, esta posibilidad se ve altamente afectada y con escasas probabilidades de concretarse.

Por otro lado, los factores de la oferta (expulsión) se han vuelto cada vez más importantes, debido, sobre todo, a las crisis recurrentes y la profunda reestructuración que ha experimentado la economía mexicana desde la década de los ochenta. Estos factores han influido negativamente sobre el empleo y los salarios de los trabajadores mexicanos, intensificando las presiones migratorias. La orientación exportadora del nuevo modelo de desarrollo está generando (y lo seguirá haciendo) estados, regiones, sectores de actividad y grupos sociales vulnerables ante el fenómeno migratorio tanto interno como internacional.

Las regiones y ciudades cuya economía crece a partir de la expansión de las actividades competitivas en el mercado nacional o de exportación, están experimentando un rápido crecimiento de la oferta de empleo que opera como un imán de los flujos migratorios. En contraste, las regiones y ciudades donde las actividades productivas han resentido en mayor medida los efectos de la crisis económica y la apertura comercial, tienden a contraer la oferta de empleo y ven disminuida su capacidad de absorber mano de obra, lo que se expresa en niveles crecientes de desempleo y subempleo y en el deterioro de las condiciones de vida y el bienestar de la población, lo que alienta la emigración.

Los EUA es el país de destino de la mayoría de los emigrantes de América Latina y el Caribe. Se estima que en 2004 residían en los Estados Unidos unas 18 millones de personas nacidas en la región latinoamericana y caribeña, las que representaban poco más de la mitad del número total de inmigrantes de ese país. Esta población originaria de la región, junto con sus descendientes nacidos en los Estados Unidos, conforma un grupo, denominado *latino o hispano*, que constituye la segunda minoría étnica en los EUA. No obstante, se

trata de un grupo bastante heterogéneo, que presenta acusadas diferencias sociales y económicas y rasgos que varían según el origen nacional y étnico, distribución territorial, modos de indocumentación, formas de integración social e inserción laboral y niveles de organización. (Curzio, 2007).

Con base en los datos encontrados en diferentes publicaciones ya citadas podemos decir que la llegada de migrantes extranjeros a los Estados Unidos de América ha sido una constante. De acuerdo a los datos de la Oficina del Censo de los EUA (*U.S. Bureau of Census*) (2004) la migración hacia este país se ha vuelto compleja, tanto por el origen de los nuevos inmigrantes como por la situación actual económica, política y social del país receptor.

Según CONAPO (2004) la pérdida de población mexicana hacia los EUA ha sido sistemática desde los años sesenta y su efecto sobre la dinámica demográfica es cada vez más perceptible:

- de 260 mil a 290 mil personas entre 1960 y 1970
- de 1.20 a 1.55 millones entre 1970 y 1980
- de 2.10 a 2.60 millones entre 1980 y 1990
- alrededor de 3.3 millones entre 1990 y 2000
- alrededor de 1.6 millones entre 2000 y 2004

El flujo neto anual (diferencia entre inmigración y emigración) se ha multiplicado, en términos absolutos, en más de trece veces en las últimas tres décadas y media, al pasar de un promedio anual de 26 a 29 mil personas en los sesenta a más de 300 mil migrantes por año en la década de los noventa, y a cerca de 400 mil en los primeros cuatro años del presente siglo. Lo anterior, ha dado lugar a la conformación de una comunidad de origen mexicano de magnitud considerable, que ascendía en 2003 a 26.7 millones, de los cuales 9.9 millones correspondían a la población nacida en México y cerca de 16.8 millones a la nacida en EUA de ascendencia mexicana.

Los datos expuestos por CONAPO (2004) dan cuenta de la continuidad de los flujos migratorios, los cuales pueden dividirse en cuatro periodos de intensidad y características diferentes:

- Primer periodo. Localizable desde finales del siglo xix hasta la Gran Depresión, se sentaron las bases de lo que constituyó un factor determinante de larga data: los flujos migratorios México-Estados Unidos

se vieron fundamentalmente condicionados por los factores de demanda laboral en el vecino país del norte.

- Segundo periodo. Desde la Gran Depresión hasta 1941, se vivió en Estados Unidos una coyuntura de crisis que redujo substancialmente la demanda de trabajadores mexicanos y se inició, incluso, un proceso masivo de expulsión y repatriación de migrantes mexicanos.
- Tercer periodo. Comprende la vigencia del "Programa Bracero", que abarca desde 1942 a 1964.; como resultado de la entrada de Estados Unidos a la Segunda.
- Guerra Mundial, nuevamente se observaron condiciones de elevada demanda laboral en la economía estadounidense, en particular de trabajadores agrícolas.
- Cuarto periodo. Contempla desde el término del "Programa Bracero" hasta inicios de los ochenta, podemos observar ciertas expresiones de continuidad e intensificación de la dinámica migratoria derivadas del factor de demanda.

Más adelante, en este mismo capítulo se hablará a detalle de los programas gubernamentales establecidos entre México y los EUA como intentos conjuntos para controlar, en la medida de lo posible, las condiciones legales, laborales y de seguridad que implican los flujos migratorios entre ambos países.

Para concretar sobre el tema de este estudio se muestran algunas cifras sobre la inmigración a los EU por décadas, desde 1900 hasta el 2004, en las cuales se observa como en la primera y en la última década del siglo XX el número de inmigrantes no es muy distinto, pero, si lo es, su país de origen, pues, mientras que de 1901 a 1910 la mayoría de los inmigrantes provenía de Europa Central, de 1991 a 2000 la mayoría era originario de Latinoamérica y especialmente, de México. (Curzio, 2007).

## Cuadro 2. 1 Migración a los Estados Unidos, 1900-2004 (Por décadas)

Periodo	Número	Promedio anual por mil habs.
1900-1910	8 795 000	10.4
1911-1920	5 736 000	5.7
1921-1930	4 107 000	3.5
1931-1940	528 000	0.4
1941-1950	1 035 000	0.7
1951-1960	2 515 000	1.5
1961-1970	3 322 000	1.7
1971-1980	4 493 000	2.1
1981-1990	7 338 000	3.1
1991-2000	9 095 000	3.4
2001-2004	3 780 000	3.3

Fuente: Oficina del Censo EUA (2006)

Como se muestra en el Cuadro 1, el flujo de inmigración a los EUA, según datos oficiales, ha incrementado su número de forma constante en las últimas cinco décadas, y a menos que, se realice una reforma radical e integral a la regulación de este fenómeno, que contemple tanto los orígenes de la expulsión como de la atracción, podríamos esperar que la década 2001-2010 se siga manteniendo este incremento en el flujo migratorio hacia los EUA.

Es importante destacar que en la composición racial de este flujo migratorio son los mexicanos el que aporta el mayor número y representa, en el periodo comprendido entre 1991 y 2004, aproximadamente el 22.5% de todos los extranjeros.(Curzio, 2007).

Dado que la migración ilegal o ilegal de mexicanos al territorio estadounidense es un dato que admite diversas mediciones, ninguna de ellas precisas, se cuenta solamente con la información oficial del las oficinas del Censo de EUA, estimaciones de la ONU-CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) , el Conapo (Centro Nacional de Población, México) y organismos no gubernamentales como el Pew Hispanic Center (EUA) para calcular con una base sólida los mínimos numéricos para el estudio y de este fenómeno migratorio particular.

Existen especulaciones diversas sobre el número real de mexicanos que viven en los EUA temporal o permanente de forma legal o ilegal, a continuación se muestran algunos datos para acercarnos a la situación actual.

En EUA habitan 42.7 millones de hispanos (U.S. Census Bureau, 2005), de los cuales, el 67% son mexicanos, es decir, 28.6 millones de personas. Esta población mexicana habita en condiciones legales e ilegales de migración temporal o permanente, tienen trabajos remunerados que les permiten alcanzar un ingreso anual promedio de \$35,565 dólares , (Nielsen Media Research, 2005), y radican mayoritariamente en los condados de Harris (Houston), Fortben, Montgomery, Bexar, El Paso, Dallas, Collin, Denton, Rockwall y Kaufman en Texas; Los Angeles, San Diego, Fresno y Orange en California; Maricopa en Arizona; Cook y Lake en Illinois.

Con estos datos podemos decir que el mayor número de mexicanos se concentra en el oeste y sur de los EUA. En sólo 4 Estados existen ocho condados, siete de ellos cerca de la frontera norte de México, en los cuales se concentra el 50% de la población de origen mexicano, es decir, aproximadamente 14.3 millones de mexicanos.

**Cuadro 2.2. Distribución de la Población de origen mexicano por Condado, Ciudad y Estado**

CONDADO	CIUDAD (ES)	ESTADO
Maricopa	Phoenix	Arizona
Los Ángeles	Los Ángeles	California
Orange	Los Ángeles, San Bernardino, Riverside	California
Sn Diego	Sn Diego, La Mesa, Sn Marcos	California
Cook	Chicago	Illinois
El Paso	El Paso	Texas
Dallas	Dallas-Fort Worth	Texas
Harris	Houston	Texas

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos publicados en Pew Hispanic Center, Oficina del Censo de los Estados Unidos y Synovate (2004-2005).

**Figura 2.1. Mapa de los Estados con la mayor concentración de población de origen mexicano en los Estados Unidos de Norteamérica. (En oscuro: California, Arizona, Texas e Illinois)**



Fuente: <http://www.ebj-prof.com/DESCUBRIR/mapaHispaEEUU.jpg>, 2007

Cabe mencionar que existen también otros estados y condados que han presentado un considerable incremento en el número de habitantes de origen mexicano en años recientes, como es el caso de Raleigh-Durham en North Carolina, Nueva York y Nevada.

Según información publicada por CONAPO (2002) esta es la ubicación de la población de origen mexicano en los EUA:

. El llamado **Sudoeste Primera Fase** de migración concentra por mucho el mayor número de mexicanos en Estados Unidos. Incluye a todos los estados que hacen frontera con México: Arizona, California, Nuevo México y Texas. Con base en el Censo de Población de 2000 de Estados Unidos, se estima que 69 por ciento de todos los mexicanos que viven en dicho país residen en esa región. Destacan por la concentración de población mexicana los estados de California (4.7 millones) y Texas (2.2 millones), que en conjunto concentran 62.5 por ciento del total que reside en Estados Unidos (42.2 y 20.3% , respectivamente).



. **Sudoeste Expansión** incluye a los estados adyacentes de la región anterior, a los cuales se ha expandido la migración mexicana: Idaho, Nevada, Oregón, Utah y Washington. En esta región se concentra el 5 por ciento de la población mexicana radicada en Estados Unidos. Destacan los estados de Nevada y Washington que ocupan los lugares décimo y onceavo respecto al conjunto de estados de la Unión Americana con mayor presencia de mexicanos entre sus residentes.

. La región de los **Grandes Lagos** se articula en torno a la ciudad de Chicago en Illinois, estado que ocupa el tercer lugar con el mayor número de mexicanos, después de California y Texas. En esta región reside el 7.3 por ciento de la población mexicana en Estados Unidos e incluye a los estados de Indiana, Michigan y Wisconsin.

. La región de las **Grandes Planicies** incluye a los estados de Colorado, Iowa, Kansas, Missouri, Nebraska, Oklahoma y Wyoming. En esta región reside casi 5 por ciento de la población mexicana en Estados Unidos. Colorado ocupa la séptima posición entre los estados con mayor número de mexicanos.

. La región **Costa Este** incluye 13 estados con fuerte predominio de Georgia (5o. lugar entre los estados de población mexicana), Florida (6o.), Carolina del Norte (8o.) y Nueva York (9o.)

Con datos publicados en distintas fuentes, se elaboró el siguiente cuadro con el cálculo aproximado de población mexicana en distintos estados y condados como porcentaje de la población total en edad laboral.

**Cuadro 2.3. Cálculo aproximado de la población mexicana en los Estados Unidos de América**

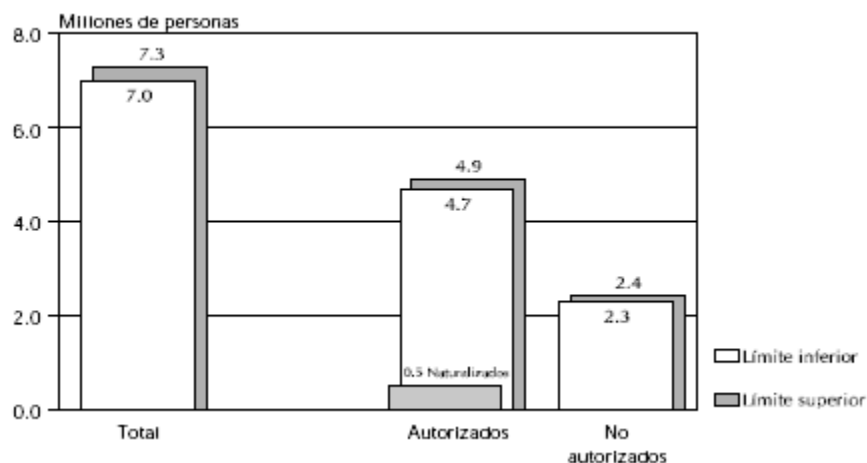
CONDADO	CIUDAD(*)	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN MEXICANA	%	MEXICANOS 18 A 69 AÑOS
Los Ángeles	Los Ángeles	4,097,340	1,393,096	34	1,016,960
Maricopa	Phoenix	2,907,049	581,410	20	424,429
Cook-Lake	Chicago	2,842,518	540,078	19	394,257
Harris	Houston	2,009,834	502,459	25	366,795
San Diego	San Diego	1,255,240	213,391	17	155,775
Dallas-Collin-Rocwall	Dallas	1,211,467	290,752	24	212,249
Béxar	San Antonio	1,194,222	549,342	46	401,020
San Francisco	San Francisco	739,426	88,731	12	64,774
El Paso	El Paso	679,622	475,735	70	347,287
Fresno	Fresno	554,923	116,534	21	85,070
			<b>4,751,528</b>		<b>3,468,615</b>

(\*) Principal ciudad del Condado. Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados en Pew Hispanic Center, Oficina del Censo de los Estados Unidos y Synovate (2004-2005).

Como se mencionó con anterioridad, los cuadros fueron elaborados a partir de los diferentes datos encontrados en distintas publicaciones y medios electrónicos, cabe mencionar, que hay casos en que las cifras son muy distantes unas de otras, lo que impide generar conclusiones o inferencias con bases cien por ciento sólidas, pero se considera que si pueden aportar información relevante para acercarse a la realidad actual del fenómeno objeto de estudio.

Es importante recordar también que las cifras oficiales que hay sobre la migración mexicana a los EUA no reflejan al cien por ciento la realidad debido a que por el carácter ilegal de gran parte de los flujos migratorios es difícil que los organismos gubernamentales u oficiales puedan generar registros válidos y actualizados de inmigrantes en una sociedad con redes sociales tan dinámicas, complejas y multiculturales como las que se producen a raíz de la existencia de este fenómeno económico-social.

**Figura 2.2. Población nacida en México residente en Estados Unidos de América, 1996.**



Fuente: CONAPO(2000). Migración México-Estados Unidos .Presente y futuro.

Estos datos hablan de las estimaciones de CONAPO (2000) sobre la población nacida en México que residía de forma temporal o permanente en los EUA, la cual se acercaba a 7.3 millones. Para que este número se acerque más a la realidad cuantitativa de la población de origen mexicano en los EUA, se debe tomar en cuenta también a los mexicanos de primera y segunda generación,

que para efectos de esta investigación, corresponde a los hijos y nietos de ascendencia mexicana nacidos en EUA.

En resumen, podemos decir que no hay un consenso general sobre las cifras oficiales de la cantidad exacta de la población de origen mexicano y los descendientes de éstos que nacieron en aquel territorio, los cuales habitan temporal o permanentemente en forma legal o ilegal en los EUA, pero podemos observar que las cifras aproximadas son un buen indicador de la importancia que esta comunidad tiene como fuerza productiva, comercial y sociocultural. Más adelante, en el siguiente capítulo, se analizará a detalle el perfil sociodemográfico de los mexicanos residentes en los EUA .

## **2.2. Programas de regulación de flujos migratorios del gobierno mexicano.**

Los flujos migratorios latinoamericanos, especialmente los de México, han dado origen al desarrollado y puesta en marcha de distintas leyes migratorias a lo largo del siglo XX en los países involucrados de la región.

En el caso de México, la primera de estas Leyes se dio en 1917. México ya se ubicaba como primer exportador de mano de obra barata a los EUA, por lo cual, el gobierno eximió a los mexicanos del requisito de saber leer y escribir para ingresar al vecino país. Después, entre 1942 y 1964, se estableció el Programa Bracero (Durand, 2006) y más de cinco millones de trabajadores agrícolas pudieron entrar legalmente a los EUA durante la estación de cosechas. En 1965 se ofreció la oportunidad de legalizar la situación de muchos ex-braceros que consiguieron apoyo de sus empleadores o familiares para hacer los trámites de legalización correspondientes, aprovechando que en ese tiempo el gobierno norteamericano no tenía un límite en sus cuotas de migración, por lo que una basta cantidad de mexicanos pudieron aprovechar esta oportunidad.

Por último, un programa creado especialmente para la migración temporal caribeña fue ampliado también para México y durante la década de los noventa en el que se concedieron cerca de 80 mil visas H2A y H2B anuales para trabajadores agrícolas y de servicios.

Las legislaciones de carácter general que surgieron entre los países latinoamericanos tuvieron un impacto importante en la regularización de los flujos migratorios, éstas fueron las leyes emitidas en 1965, 1986 y 1996.

En 1965 se estableció un sistema de cuotas hemisférico (Durand, 2006), debido a que, anteriormente, los países latinoamericanos no tenían límite alguno en cuanto al número de personas que podían emigrar hacia los Estados Unidos. Esta política iniciada en 1965 pretendía un trato igualitario, sin preferencias raciales o nacionales para las personas del hemisferio oriental (América) a quienes se otorgaron 120 mil visas, sin embargo, no se especificaba la cuota por país, dando como resultado que México y Canadá fueran los países que aprovecharon mejor esta oportunidad. Caso contrario ocurrido a estos mismos países, cuando en 1976 se especifica un cuota tope por cada país, la cual fue de 20 mil visas, hecho que condujo a la inmigración mexicana al campo de la ilegalidad dado que el flujo migratorio admitido en los EUA en los años sesenta ya rebasa los 200 mil braceros.

Entre 1965 y 1979 fueron admitidos en los EUA cerca de 360 mil refugiados cubanos, hecho que alteró el tope general para Latinoamérica con una afectación significativa para los mexicanos.

En 1980 se estableció un límite mundial (ya no por hemisferios) de 270 mil visas, con topes de 20 mil para todos los países. Se puede decir que estas políticas fomentaron en cierta medida los flujos migratorios y la diversificación de los orígenes nacionales de una manera importante.

La ley de inmigración 1986, conocida como la Ley Simpson-Rodino (*Immigration Reform and Control Act, IRCA*) obtuvo un efecto importante en la legalización de los inmigrantes indocumentados, aproximadamente 3.2 millones de personas. Esta Ley tenía dos programas, uno de amnistía y otro de trabajadores agrícolas especiales. Ambos programas favorecieron especialmente a los mexicanos, 70 y 80% respectivamente, marginando al resto de los países latinoamericanos, especialmente a los centroamericanos. La legalización que promovió esta Ley ayudó a una mayor redistribución geográfica de los latinos en el territorio estadounidense (Durand, 1998).

Finalmente, la ley de 1996, *The Illegal Immigration Reform and Immigrant Responsibility Act (IIRAIRA)* la cual afectó seriamente a la comunidad de origen latinoamericano al limitar una serie de apoyos y servicios que estas comunidades tenían en el territorio estadounidense sin importar su condición migratoria. Se penalizó a los indocumentados y a los inmigrantes residentes que contaban con permiso de trabajo y no tenían ciudadanía. Esta ley fue considerada por algunos expertos como una réplica a nivel federal de la Propuesta 187 votada en el estado de California y luego vetada. La aplicación de esta Ley tuvo importantes consecuencias, pues el número de las naturalizaciones de los mexicanos y otros latinos se triplicó respecto a años anteriores para evitar las sanciones que esta ley imponía (Durand, 1998).

En tiempos más recientes, el tema de la migración hacia los EUA se convirtió en un punto obligado en las agendas de la política exterior de ambos países. México había pretendido una postura de implícita aceptación a la inevitable migración de nuestros conciudadanos, pero a inicios del año 2001 se inició el diálogo formal en torno a un tema que ya no podía esperar y en el cual se tendrían que haber formalizado acuerdos integrales que dieran respuesta a las demandas de ambas economías, hecho que lamentablemente no ocurrió.

Así, fue en el gobierno de Vicente Fox Quezada y George W. Bush que se iniciaron los diálogos para hacer de la migración un proceso que se desarrollara de forma ordenada, segura y confiable, como lo expresa el comunicado de la Secretaria de Relaciones Exteriores (2001) denominado *Hacia una prosperidad compartida. La Propuesta Guanajuato*, realizado en la primera reunión de los presidentes Vicente Fox Quezada y George W. Bush en Guanajuato, México. En este documento el gobierno mexicano se orientó hacia la búsqueda de resultados concretos en la agenda bilateral respecto a: 1) la regularización, por parte de los EUA, de los mexicanos que residen en ese país sin los permisos y documentos correspondientes; 2) la materialización de un programa de trabajadores temporales que incorporara un número significativo de mexicanos; 3) la creación de una categoría especial de visas estadounidenses de inmigración para ciudadanos mexicanos, y 4) la planeación conjunta de acciones a lo largo de la frontera común para hacerla más segura y ordenada. Hay señales inequívocas de que existió voluntad política de ambas partes para obtener resultado en un plazo de tiempo razonable.

Lamentablemente, los actos terroristas del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York y Washington hicieron que el diálogo bilateral sobre la migración terminara, ya que a partir de ese momento las prioridades del gobierno de los EUA se reorientaron a la seguridad nacional y el control de sus fronteras, borrando cualquier tipo de avance logrado hasta entonces. (Alba, 2007). Después del 11 de septiembre hubo un reordenamiento en la visibilidad e influencia de los diferentes grupos de interés contrarios a un acuerdo migratorio. Los valores anti-inmigrantes han reclamado mayores cuotas entre los políticos y la población norteamericana en general. La creación del Departamento de Seguridad Interna (*Department of Homeland Security*) y la importancia otorgada al mismo, reflejan el profundo cambio operado en la sociedad estadounidense.

El 22 de marzo de 2002 los dos países firmaron un acuerdo de cooperación en la frontera México-EUA, el cual contiene 22 puntos de acción para convertirla en una "frontera inteligente". (Alba, 2007) y ya en agosto de 2006, la Cámara de Representantes de los EUA aprobó la iniciativa HR6061 de la llamada Barda de Seguridad ( que proponía la edificación de un muro doble de 1,200 kilómetros en la frontera con México, con un costo aproximado de dos mil millones de dólares. Este proyecto de los republicanos consideraba barreras físicas en todas las zonas fronterizas de los EUA y el uso de tecnología de punta para

crear una frontera “virtual” para lograr el control operacional de las fronteras y costas del país, el incremento de agentes de la Patrulla Fronteriza (Bordel Patrol), cámaras y aeronaves. (Mendoza, García, 2007)

De acuerdo con estudios de la Comisión de Agricultura de la Cámara de Diputados (2009), entre 2000 y 2007 el flujo migratorio promedio por año de México hacia Estados Unidos fue de 450 mil personas, mientras de 1980 a 1990 fue de 260 mil. La Comisión Especial de Seguimiento a los Fondos Aportados por los Trabajadores Mexicanos Braceros de la Cámara de Diputados señala que en el año 2007, las cifras se han incrementado a 500 mil personas por año.

Siguen siendo los grandes retos para las políticas públicas en cuestión migratoria de ambos países: 1) la integración de América del Norte, la migración es una forma de integración y un componente de la misma. La integración se da no sólo por factores productivos, comerciales e inversiones, sino también por el factor laboral y migratorio. Bajo el amparo del TLCAN se deberá buscar la apertura para la movilidad de los trabajadores mexicanos, aunque en la actualidad no hay actores políticos que aborden en tema con claridad. 2) la necesidad y urgencia de alcanzar acuerdos sobre programas de trabajadores temporales. Alcanzar esquemas ordenados de flujos migratorios, tanto permanentes como temporales, es una meta importante de alcanzar en el mediano plazo. 3) lograr desarrollar una política migratoria integral, por lo complejo y multidimensional del fenómeno, lo cual implica no olvidar que México es un país de emigración tránsito e inmigración, por lo cual requiere de la congruencia y coordinación entre las política ante las tres modalidades anteriores (Alba,2007).

Lamentablemente, EUA ha mantenido una política de seguridad y antiterrorismo en sus fronteras que se mantiene por encima de cualquier acuerdo migratorio, y que ha servido como pretexto para generar un ambiente de discriminación y estigmatización negativa sobre el trabajador mexicano que cruza la frontera para trabajar de forma ilegal. Aunado a esto, el debilitamiento de la economía de los EUA a partir de la crisis hipotecaria desatada en el año 2008 hace de la reforma migratoria un asunto de menor importancia en el mediano plazo. Será necesario esperar a que los efectos de la desaceleración económica de los EUA se manifiesten por completo para identificar los efectos que tendrá en México la disminución de la oferta laboral para nuestra mano de obra, así como la disminución de los flujos migratorios por las medidas de seguridad habilitadas en la frontera norte y en las remesas que constituían el sustento de un gran número de familias en las zonas más marginadas de nuestro territorio.

Para finalizar, se considera que la política migratoria conjunta de los EUA y México, además de garantizar la seguridad para ambos territorios en sus fronteras, no puede dejar de considerar el impacto de ésta en el sistema

económico, los flujos de intercambio comercial y el mercado laboral, entre otros temas que intervienen en la dinámica de los negocios internacionales.

### **2.3. Postura del gobierno mexicano frente al fenómeno migratorio.**

A partir de una iniciativa conjunta del Ejecutivo y el Senado mexicanos, un grupo integrado por funcionarios del gobierno encargados de la gestión del fenómeno migratorio, senadores y diputados, académicos, expertos en asuntos migratorios y representantes de organismos de la sociedad civil, acordaron iniciar un esfuerzo conducente a la consolidación de una política migratoria nacional, a partir de un diagnóstico y plataforma comunes. De este trabajo surge el acuerdo publicado por la Secretaría de Relaciones Exteriores (2005) aprobado formalmente en octubre de 2005 por ambas Cámaras del H. Congreso de la Unión, en el cual se destacan los principales elementos a considerar en el caso de que pudiera concretarse una eventual reforma migratoria con los EUA, los cuales se describen a continuación:

México no promueve la migración indocumentada y desea contribuir a encontrar soluciones que permitan enfrentar de mejor forma el fenómeno migratorio. Por lo anterior, el grupo consideró relevante hacer explícitos algunos planteamientos relativos a la posición que conviene adoptar a nuestro país ante una eventual reforma migratoria en EUA:

Reconociendo el derecho soberano de toda nación a regular la entrada y condiciones de estancia de extranjeros en su territorio, es indispensable que se otorgue una solución a la población indocumentada que reside en EUA, y que contribuye al desarrollo de ese país, que le permita integrarse plenamente a las comunidades donde radican, con los derechos y obligaciones que ello implica.

Apoyar un esquema de trabajadores temporales con el mayor alcance posible, e insistir en que éste sea parte de un proceso más amplio que incluya la atención a la situación de los mexicanos indocumentados ya establecidos en Estados Unidos.

Para que un programa de trabajadores temporales sea viable, es necesaria la participación del Gobierno de México en su diseño, administración, supervisión y evaluación, bajo el principio de responsabilidad compartida.

México y EUA podrán combatir de manera más efectiva a las organizaciones de tráfico ilícito y trata de migrantes, el uso de documentos falsos y, en general, la violencia e inseguridad que hoy prevalecen en la frontera común estableciendo un esquema que permita canalizar legalmente la mayoría de los flujos temporales. México estaría, a su vez, en mejores condiciones de alentar a los potenciales migrantes a cumplir con las reglas establecidas y de adoptar medidas orientadas a reducir la migración indocumentada.

México deberá concluir los estudios iniciados para la implementación de tareas que coadyuven a la eventual instrumentación de un programa de trabajadores temporales a fin de ordenar la oferta de los posibles participantes, establecer mecanismos auxiliares de certificación, así como monitorear y evaluar su desarrollo.

México reconoce que uno de los aspectos cruciales del éxito de un programa de trabajadores temporales es la capacidad de garantizar el flujo circular de estos trabajadores y desarrollar una serie de incentivos para que los emigrantes regresen a nuestro país. Se podrían fortalecer significativamente los programas de vivienda dirigidos a que los migrantes construyan casas en sus comunidades de origen con fondos que pagan, con tasas preferenciales, mientras residen en el extranjero.

Otros mecanismos que se debe fomentar son el establecimiento de un seguro médico binacional que ampliaría el acceso de los migrantes y de sus familias al cuidado de la salud, así como el acuerdo de totalización de beneficios del seguro social que permitiría a los trabajadores que cotizan en EUA cobrar sus pensiones en México.

México estaría también en posibilidad de fortalecer los programas de las secretarías de Desarrollo Social y del Trabajo, a fin de establecer condiciones sociales y laborales que incentiven y faciliten el retorno y reinserción de sus connacionales a sus lugares de origen.

Como se pudo observar, los planteamientos hechos por el gobierno mexicano para una reforma migratoria integral reconoce la responsabilidad compartida de ambos países y se compromete a la adecuada administración de los programas a los que hace referencia el documento. Cabe señalar que es difícil establecer en los hechos las acciones estratégicas y tácticas que el gobierno de nuestro país debería implementar para garantizar el cumplimiento de cada una de las propuestas debido a que, a modo de ejemplo, en la actualidad existe ya un serio problema con la definición y administración de los sistemas de fondos de pensiones, incluso de los trabajadores residentes en México, como para pensar que podría haber las condiciones para administrar los fondos de pensión de los trabajadores mexicanos que trabajen en los EUA. Por lo tanto, se considera poco probable que las iniciativas del gobierno mexicano puedan prosperar en el corto y mediano plazo, hecho que agudizará la problemática de nuestros trabajadores expulsados hacia la fuerza laboral ilegal de los EUA.

A continuación se mencionan los Estados de la República Mexicana que se han convertido en expulsores de tradición de mano de obra hacia los EUA.



## 2.4. Estados de mayor intensidad migratoria a los EUA

La división territorial de México de acuerdo a sus cuatro regiones migratorias de expulsión se establecen de acuerdo a las estimaciones del Consejo Nacional de Población (Conapo) (2002) realizadas con base en las cifras del U.S. Census Bureau (2005), la oficina de los censos de población de Estados Unidos de 1990 y 2000 y las proyecciones de población de la misma institución, la *Current Population Survey* (CPS), la Encuesta Nacional de la Dinámica Demográfica (Enadid) de 1992 y 1997 y la Encuesta sobre Migración en la Frontera Norte de México (EMIF) de 1993 a 2004. (Zúñiga, 2004) de la cual se retoma la cita:

*La región tradicional* de la migración está integrada por nueve entidades federativas del Centro-Occidente del país. Esta región se caracteriza por ser la que históricamente ha aportado más mano de obra a Estados Unidos, y se compone de los siguientes estados: Aguascalientes, Colima, Durango, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, San Luis Potosí y Zacatecas.

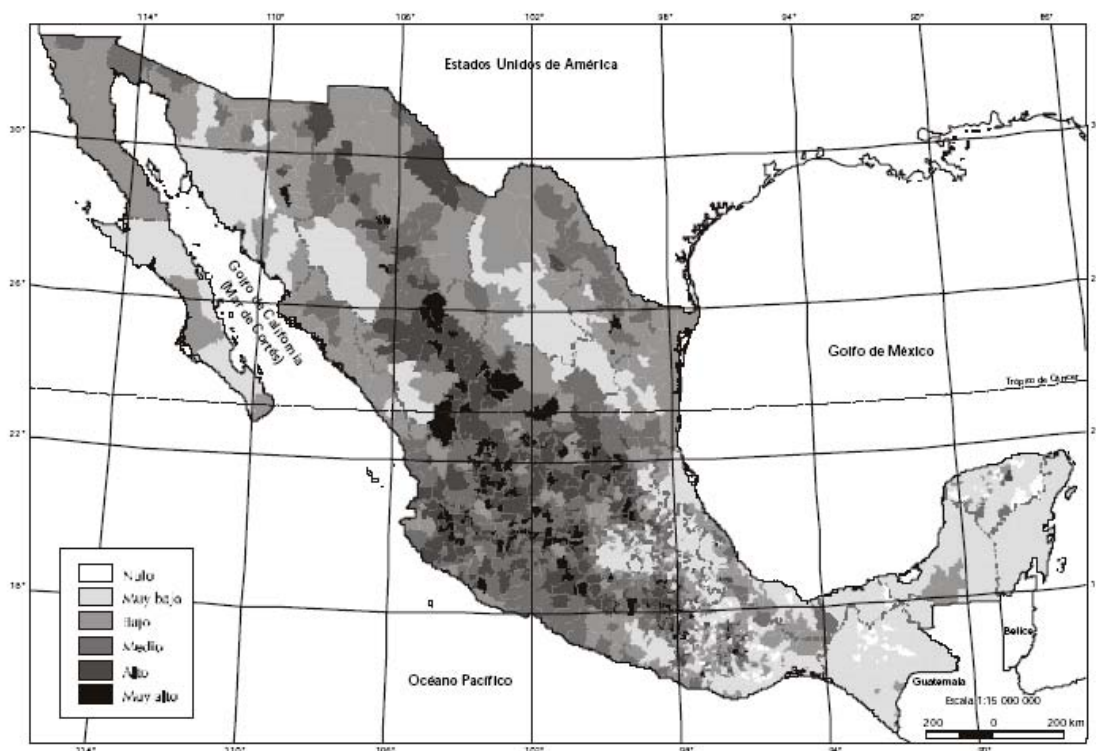
*La región norte* comprende ocho entidades federativas: Baja California Sur, Coahuila, Chihuahua, Nuevo León, Sinaloa, Sonora y Tamaulipas. Históricamente ha tenido una importante participación en la migración a Estados Unidos, aunque en menor intensidad que la región tradicional. La región Norte se caracteriza por presentar múltiples dinámicas migratorias fuertemente determinadas por sus vínculos geográficos con Estados Unidos, pues seis de los ocho estados que la conforman tienen frontera con ese país. La región no es sólo fuente de migrantes, sino que desempeña el papel de plataforma para muchos otros que desean emigrar, y a la vez funge como área de recepción de un elevado número de deportados por la patrulla fronteriza. A estas dinámicas se añaden la migración laboral diaria o semanal a los estados fronterizos del país vecino y la precedente de otras regiones de México.

*La región Centro*, integrada por siete estados: Distrito Federal, Hidalgo México, Morelos, Puebla, Querétaro y Tlaxcala; constituye en la actualidad la segunda región de mayor dinamismo migratorio. Es a partir de los años ochenta y sobre todo en la década de los noventa, cuando la región observa una fuerte actividad migratoria.

*La región Sur-Sureste*, constituida por ocho entidades federativas: Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán. Se caracteriza por su reciente incorporación a la corriente migratoria a Estados Unidos, iniciada a partir de los años noventa. La región se encuentra todavía en la fase inicial de la migración, por lo que ésta aún se circunscribe a un reducido número de estados, y dentro de ellos, a ciertos municipios. No obstante su reciente incorporación al proceso migratorio, cabe mencionar que, estas entidades ya registran un fuerte dinamismo.

Para tener una visión gráfica de las zonas de expulsión se muestra en el siguiente mapa el grado de intensidad migratoria de la República Mexicana por municipio.

**Figura 2.3. México: Municipios por grado de intensidad migratoria, 2000**



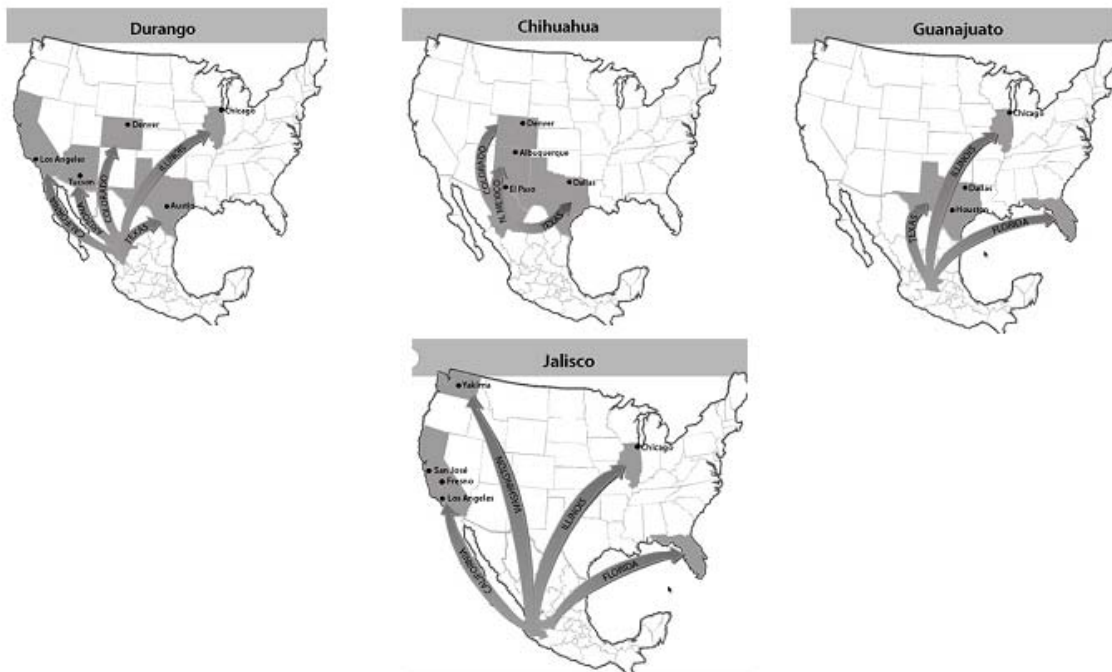
Fuente: CONAPO, 2000

Las huellas dejadas por la difusión del fenómeno migratorio ya se pueden advertir en casi todo el territorio nacional. De hecho, en los municipios restantes (2 350) se observa, en mayor o menor medida, algún tipo de contacto con la Unión Americana, expresado a través de la migración hacia el vecino país del norte o del retorno a México, así como mediante las transferencias monetarias realizadas desde aquel país. De ese total, 492 municipios son de alta y muy alta intensidad migratoria; 392 municipios (17.5%) registran una intensidad media; y 1 466 municipios exhiben una baja o muy baja intensidad migratoria. Además del cambio que representa la creciente diversificación del origen regional de los emigrantes, conviene señalar que también persiste un patrón de continuidad expresando mediante el grado relativamente generalizado que ha alcanzado este fenómeno en los estados con tradición migratoria. Sobresale el hecho de que más de uno de cada dos o incluso dos de cada tres municipios de

Aguascalientes (73%), Durango (59%), Guanajuato (59%), Jalisco (65%), Michoacán (63%) y Zacatecas (72%) registran, en relación con este fenómeno, una intensidad alta o muy alta. También conviene hacer notar que el corredor localizado al sur de la corona de ciudades de la Zona Metropolitana del Valle de México, conformado por los municipios del sur del estado de México y Morelos, el norte de Guerrero, el sureste de Puebla y la zona de la Mixteca (Oaxaca, Guerrero y Puebla), presentan una intensidad migratoria tan alta como la que se observa en el corazón de la región tradicional. Asimismo, dos regiones del sur merecen especial atención: el centro de Oaxaca, que empieza a mostrar una cada vez mayor propensión migratoria, y el centro y sur de Veracruz, que se están transformando en zonas de expulsión hacia EUA (CONAPO, 2000). Ver anexo 2.

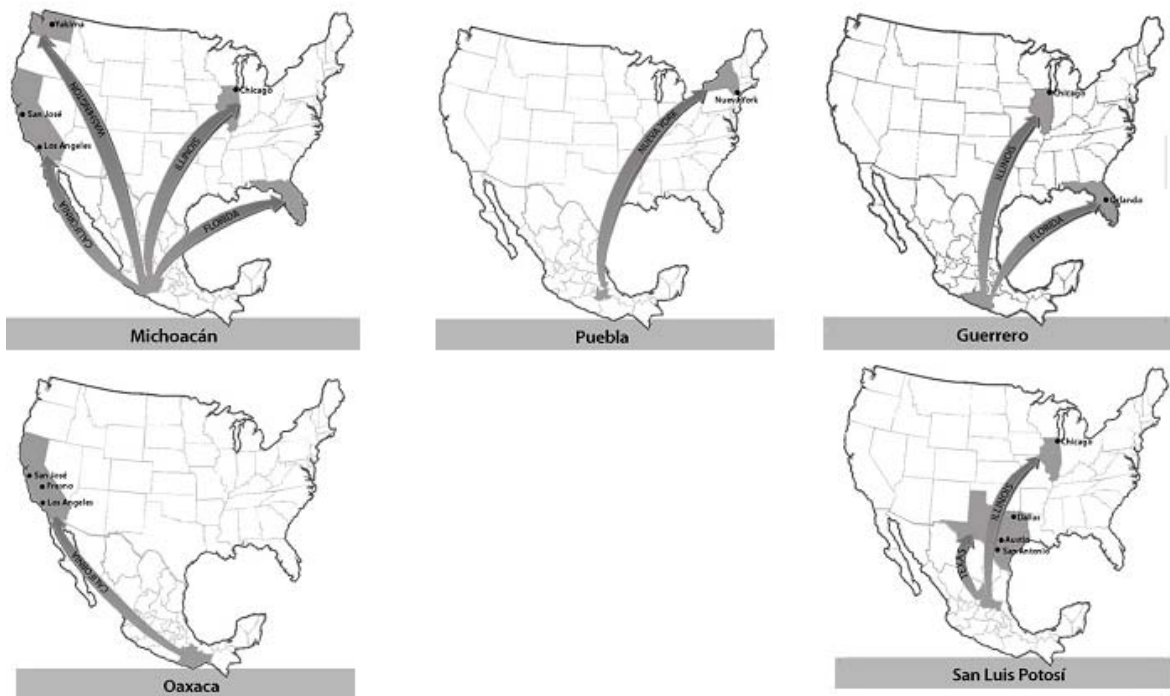
También se han documentado los destinos de los migrantes que salen de los corredores de expulsión hacia los EUA, las siguientes figuras muestran algunas de las regiones de origen y destino de los flujos migratorios tradicionales de trabajadores mexicanos a los EUA (Cason , Brooks 2002):

**Figura 2.4. Estados de origen (Durango, Chihuahua, Guanajuato, Jalisco) y destino de los flujos migratorios de trabajadores a los EUA (2002).**



Fuente: Cason, Brooks (2002). El rescate de los Estados Unidos por México. Masiosare. <http://www.jornada.unam.mx/2002/06/23/mas-cara.html>

**Figura 2.5. Estados de origen (Michoacán, Puebla, Guerrero, Oaxaca y San Luis Potosí) y destino de los flujos migratorios de trabajadores a los EUA (2002).**



Fuente: Cason, Brooks (2002). El rescate de los Estados Unidos por México. Masiosare.  
<http://www.jornada.unam.mx/2002/06/23/mas-cara.html>

A pesar de que existen regiones marcadas por su aportación al número de migrantes a Estados Unidos y de los cuales se tienen algunos registros estadísticos de su destino y principales actividades laborales, no podemos decir que el problema es de índole regional dado su impacto en los diferentes ámbitos nacionales. También es conveniente mencionar que se siguen sumando a las tradicionales zonas expulsoras de migrantes, incluso, zonas urbanas de gran relevancia como la Ciudad de México y su área metropolitana, las cuales no eran consideradas anteriormente relevantes como zonas de origen.

Tanto para México como EUA, este fenómeno migratorio reviste un carácter nacional y de alta prioridad en las agendas de política exterior, seguridad,

comercio y cooperación de ambos países. Es posible asegurar que el fenómeno de los flujos migratorios seguirá creciendo en importancia, incluso, convertirse en un tema crítico debido a lo inadecuado de las nuevas políticas establecidas para regularlos y, en la medida de lo posible, evitarlos, y a las nuevas y cambiantes condiciones económicas que actualmente están impactando de forma negativa a EUA a inicios del año 2008 y que ya se señalaron anteriormente.

## **2.5. Factores de expulsión de migrantes**

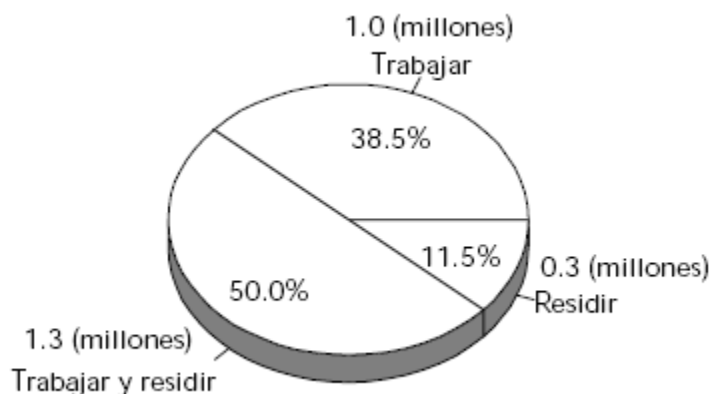
Son muchos los factores que estimulan y sostienen la migración de mexicanos a los Estados Unidos de América para trabajar temporalmente o para establecerse en ese país. A diferencia de la percepción predominante en algunos sectores de la sociedad norteamericana, que considera que las causas de la migración se originan primordialmente en nuestro país, en México existe consenso en torno a la idea de que ésta responde a la *interacción* de factores de naturaleza económica, social, cultural y demográfica que operan en ambos lados de la frontera. Dentro del conjunto de fuerzas que estructuran este complejo sistema migratorio, conviene destacar las siguientes: la insuficiente dinámica de la economía nacional para absorber el excedente de fuerza de trabajo; la demanda de mano de obra mexicana en los sectores agrícola, industrial y de servicios del otro lado de nuestra frontera norte; el considerable diferencial salarial entre ambas economías; la tradición migratoria hacia el vecino país del norte; y la operación de complejas redes sociales y familiares que vinculan los lugares de origen y destino, las cuales facilitan la experiencia migratoria de los mexicanos en EUA.

Es posible agrupar los factores que estructuran el complejo sistema migratorio entre ambos países en tres grandes categorías: a) los factores vinculados con la oferta- expulsión de fuerza de trabajo (por ejemplo, la insuficiente dinámica de la economía nacional para absorber el excedente de fuerza de trabajo); b) los factores asociados con la demanda-atracción (por ejemplo, la evolución de los sectores agrícola, industrial y de servicios de la Unión Americana y la demanda de fuerza de trabajo migrante que ejercen, incluidas las leyes que regulan el ingreso y permanencia de los extranjeros en territorio norteamericano); y c) los numerosos factores sociales que ligan a los migrantes con la familia, los amigos, las comunidades de origen y las de destino, y que son determinantes para reducir los costos y riesgos asociados con el movimiento migratorio a EUA (CONAPO, 2000).

La migración es un proceso dinámico y, por lo tanto, la importancia atribuida y el peso específico asignado a cada factor tiende a variar con el tiempo en la decisión de migrar. Por ejemplo, diversos autores sostienen que los factores vinculados con el lado de la oferta-expulsión cada vez son más cruciales, sobre

todo a partir de la década pasada, debido a la incidencia de factores tales como el acelerado crecimiento de la fuerza de trabajo mexicana, la profunda reestructuración de la economía, las crisis recurrentes que ésta ha experimentado en los últimos tres lustros y las devaluaciones constantes del peso, los cuales han influido negativamente sobre el empleo y los salarios de los trabajadores mexicanos, ha aumentado las ganancias esperadas de la migración e intensificado las presiones migratorias hacia EUA. En este escenario, no debe sorprender que la emigración hacia EUA se haya acelerado desde los años ochenta. De hecho, al tomar en cuenta el incremento de las disparidades económicas entre México y EUA y la tradición migratoria mexicana al norte, llama la atención que la migración no haya adquirido en el pasado reciente una escala aún mayor a la que actualmente presenta.

**Figura 2.6. Residentes en México que alguna vez habían migrado a los Estados Unidos, según motivo de emigración.**



Fuente: CONAPO(2000). Migración México-Estados Unidos. Presente y futuro.

La gráfica anterior es un dato importante sobre la dimensión de la migración hacia los EUA por parte de la población mexicana en edad laboral, generalmente. En el estudio realizado por CONAPO (2000) sobre este fenómeno migratorio México-EUA, 2.6 millones de mexicanos manifiestan haber migrado hacia los EUA por lo menos una vez con el propósito de trabajar o residir, y el 50% de éstos con la intención de trabajar y residir.

Por lo anterior, se puede decir que es un hecho común para los mexicanos buscar opciones de empleo, residencia y desarrollo del otro lado de la frontera norte ante la falta de oportunidades que brindan sus comunidades de origen para tal fin. Si las condiciones económicas en México continúan siendo

desfavorables para poder insertar a la fuerza productiva a las nuevas generaciones que se encuentran en edad laboral es inminente el crecimiento en la cantidad del flujo migratorio en los próximos años.



**CAPÍTULO 3. FACTORES LABORALES, ECONÓMICOS Y SOCIALES QUE  
FAVORECEN EL ASENTAMIENTO DE LOS MIGRANRES MEXICANOS EN  
LOS EUA.**

## **CAPÍTULO 3. FACTORES LABORALES, ECONÓMICOS Y SOCIALES QUE FAVORECEN EL ASENTAMIENTO DE LOS MIGRANTES MEXICANOS EN LOS EUA.**

### **3.1. Factores que favorecen el asentamiento de los migrantes mexicanos en Estados Unidos de América.**

En el proceso de asentamiento de los migrantes mexicanos en EUA influyen un sinnúmero de factores sociales, económicos, políticos y culturales, entre los cuales pueden mencionarse:

a) La dinámica de formación de familias y comunidades translocalizadas que, conjuntamente con el desarrollo y consolidación de redes sociales, permite reproducir patrones culturales y formas simbólicas entre las comunidades de destino y a la vez, mantener y fortalecer nexos económicos, sociales y culturales con las comunidades de origen (Rodríguez, 1987). El asentamiento, en este contexto, no conlleva una ruptura con la comunidad de origen ni tampoco una asimilación completa en la sociedad de destino.

La asimilación de los flujos migratorios en la sociedad de acogida, en la mayoría de los casos, se da de forma parcial y se va incrementando de forma gradual en la medida en que los migrantes tienen acceso a las condiciones laborales y de seguridad social que en su condición ilegal les es difícil alcanzar. Otro factor de asimilación a la sociedad de acogida es el grado de adopción del idioma Inglés, reto que no siempre es alcanzado por los migrantes residentes con varias décadas de establecidos en los EUA. A pesar de estos factores de asimilación no favorables, los migrantes mexicanos encuentran, en las redes sociales establecidas, condiciones para poder permanecer integrados a una comunidad con personas del mismo país de origen, con el mismo idioma y con patrones de migración similar.

b) La dinámica y la estructura de los mercados laborales en los EUA que, sobre la base de procesos de segmentación y de informalización, permiten la incorporación de la mano de obra migrante en empleos urbanos (Canales, 2000).

Aunque la demanda laboral en los EUA sigue siendo mayor en el campo, se ha dado un crecimiento importante en el ramo de los servicios que generalmente se presenta en las zonas urbanas de mayor crecimiento, lo cual ha atraído al trabajador mexicano también a las ciudades con mayor demanda laboral en servicios de alimentos y bebidas, hoteles, limpieza y mantenimiento, bancarios, mensajería, entre otros.

c) El incremento de la migración femenina y su papel en la reproducción familiar ha permitido la formación de hogares y familias en las comunidades de destino, y constituye una contribución al asentamiento de los migrantes (Pessar, 1986).

Más adelante, en este mismo capítulo, se analizará a detalle el cambio ocurrido en la migración debido al incremento de la participación de las mujeres en el flujo migratorio hacia los EUA.

d) La fuerza cultural de las “*comunidades imaginadas*”, que conlleva una redefinición del concepto mismo de “comunidad”. Los migrantes desarrollan vínculos sociales y culturales a la vez que nexos económicos y laborales que hacen que muchos de ellos se “imaginen” a sí mismos como parte de una comunidad en los EUA, pero que no es cualquier comunidad, sino una comunidad migrante, translocalizada, que reproduce y recrea los patrones culturales y formas simbólicas de sus comunidades de origen (Chávez, 1994).

Resultado de lo anterior, es el crecimiento y formalización de los clubs y asociaciones de comunidades de origen cuya organización e influencia social y política se describe en el capítulo 5.

e) El importante efecto de la ley de amnistía aprobada por el congreso de los EUA en 1987 (*Inmigration Reform and Control Act*) (IRCA) que permitió la regularización de su residencia a más de dos millones de migrantes mexicanos y abrió la posibilidad de la inmigración legalizada de los parientes y familiares directos de los beneficiados por el proceso de amnistía (Verduzco, 1995).

f) Por último, Massey y otros (1987) señalan, además, el carácter acumulativo que tendría este proceso de asentamiento, en el sentido de que la formación de una comunidad de parientes y amigos de una misma localidad y zona de origen podría influir de manera determinante en el asentamiento de más migrantes en los barrios urbanos y comunidades rurales en los EU.

Estos dos últimos factores dejaron de ser favorables para el asentamiento definitivo de los migrantes mexicanos y sus familias a partir de septiembre de 2001, debido a que los procesos de regularización y legalización de los trabajadores migrantes se detuvieron casi en su totalidad y no se ve un cambio en esta situación en el corto plazo.

### **3.2. Factores de tipo Laboral que favorecen el asentamiento de los migrantes mexicanos en Estados Unidos de América.**

En este apartado se pretende dar un panorama breve y general de las condiciones de empleo que el migrante de origen mexicano ha encontrado en los EUA y que han, de algún modo, favorecido al creciente flujo migratorio;

además de describir algunas de las opciones laborales con las que se ha encontrado el trabajador mexicano temporal o permanente que le han permitido fortalecer su presencia y su nivel de consumo.

A pesar de los periodos de recesión por los que ha atravesado EUA en esta década, como el de 2001-2002 y el actual, se sigue considerando a esta nación como la principal economía receptora de la migración a nivel internacional. Será motivo de nuevas investigaciones identificar el impacto de la actual recesión económica en las tasas de desempleo, la temporalidad de la oferta laboral, el nivel de salarios, las condiciones contractuales y de seguridad social, así como lo sectores productivos que más sufrirán el impacto.

Los hombres y las mujeres presentan patrones de empleo como inmigrantes diferentes entre sí, y como se ha mencionado en el apartado anterior, en las últimas dos décadas la participación de las mujeres se ha incrementado y se ha logrado sobreponer a las condiciones de empleo a las que pueden acceder los hombres en la misma edad laboral, de hecho, las mujeres mexicanas se están contratando en empleos más técnicos y especializados al presentar un mayor nivel de educación que los hombres. Resulta conveniente aclarar que las edades que se consideran en las distintas fuentes consultadas como edad laboral es de los 16 a los 64 años para ambos sexos.

De acuerdo a los datos de la Encuesta de Población Actual *Current Population Survey, 2005* (CPS) que es una encuesta mensual de la población de los EUA que proporciona estimaciones e información actualizada sobre el empleo y el desempleo, así como características sociales y económicas de la población nativa y extranjera (sin definir su status migratorio) y que está administrada por el *United States Census Bureau*, se puede afirmar que actualmente existe:

Una tendencia a la contracción en los empleos en los sectores de extracción y de transformación.

Una sobreconcentración de las mujeres en los servicios sociales y una mayor participación de los hombres en el sector de transformación.

Un elevado dinamismo en la creación de empleos en los sectores de servicios de producción y personales. De hecho, 80 por ciento de los empleos creados entre 1995 y 2005 se ocuparon en estos sectores (44% en servicios de producción y 36% en servicios personales). Los servicios sociales también presentaron cierto crecimiento, el 20% de empleos nuevos creados en el periodo.

En general, los niveles de salarios son muy altos en EUA y no hay evidencia de alguna tendencia hacia su disminución. Sin embargo, hay mayor variabilidad en

cuanto al acceso a prestaciones. De acuerdo a los datos de la CPS (2005), sólo la mitad de las mujeres ocupadas y 57 por ciento de los hombres tienen acceso a seguro médico ofrecido por el empleador.

Un hecho notorio en la dinámica de crecimiento del mercado de trabajo estadounidense es la creciente presencia de mano de obra inmigrante. Para 2005, los inmigrantes representaban ya 15.9 por ciento del total de la población trabajadora en el país y ocupaban más de 20 por ciento de los empleos en los sectores de extracción, transformación y servicios personales.

En la actualidad, los inmigrantes juegan un papel fundamental en la economía de los EUA, en ocupaciones altamente calificadas (los menos) o en posiciones en la industria, servicios y en puestos de baja calificación (los más) según requiere el mercado laboral de dicho país.

La generación de los *baby boomers* está alcanzando ya la edad de retiro. Este hecho tiene un doble efecto sobre la demanda de mano de obra inmigrante. Por un lado, la llegada de esta generación a edades avanzadas anticipa la demanda de servicios personales y sociales orientados al cuidado y salud de esta población (Lowell, 2006), demanda que en experiencias de otros países ha sido cubierta en parte con mano de obra inmigrante. De nuevo, por tratarse de algunas ocupaciones que requieren de menor capacitación (o de capacitación en el lugar de trabajo) y que son mal remuneradas, es muy probable que no sean atractivas para los jóvenes estadounidenses que se insertan por primera vez al mercado de trabajo y que, por lo tanto, sean cubiertas por trabajadores inmigrantes.

**Cuadro 3.1. Nivel de ingreso y condiciones de pobreza de la población de 16 a 64 años nativos y residentes en EUA nacidos en México, Centroamérica o República Dominicana.**

Características	País o región de nacimiento		
	México	Centroamérica o República Dominicana	Nativos
Ingreso promedio anual del hogar (dólares)	38 156	40 156	48 623
Ingreso promedio anual por trabajador (dólares)	21 309	24 058	35 016
Condición de pobreza	100.0	100.0	100.0
Pobres	24.3	17.9	10.6
No pobres	75.7	82.1	89.4

Fuente: CONAPO , 2005.

Como se observa en el cuadro anterior, aún cuando los mexicanos son los trabajadores con menos ingreso promedio anual, respecto a los demás trabajadores de origen latinoamericano y anglosajones, sigue resultando mucho mayor al que podrían aspirar como trabajadores en sus regiones de origen. Estos ingresos representan para los trabajadores migrantes mexicanos en los EUA , por mucho, un avance sustancial para su nivel de vida familiar, al hablar de más de 38 mil dólares anuales en promedio como ingreso en el hogar.

**Cuadro 3.2. Composición de la población de origen mexicano y centroamericana-dominicana de 16 a 64 años residente en EUA por estado de residencia, ciudadanía y año de ingreso**

Características	País o región de origen <sup>1</sup>	
	México	Centroamérica o República Dominicana
Estado de residencia <sup>2</sup>	100.0	100.0
California	42.0	25.7
Texas	19.5	8.1
Illinois	5.5	0.7
Arizona	5.4	0.7
Florida	2.5	9.4
Georgia	2.3	1.8
Colorado	2.2	0.7
Carolina del Norte	2.1	2.6
Nevada	1.9	0.6
New York	1.2	17.1
Otros	15.2	32.7
Región de residencia	100.0	100.0
Sudoeste primera fase <sup>3</sup>	68.0	34.5
Sudoeste expansión <sup>4</sup>	4.9	1.5
Grandes Lagos <sup>5</sup>	7.7	2.2
Costa Este <sup>6</sup>	11.5	52.0
Grandes Planicies <sup>7</sup>	4.5	2.0
Otra <sup>8</sup>	3.3	7.9
Porcentaje con ciudadanía estadounidense	20.1	28.7
Periodo de ingreso a Estados Unidos	100.0	100.0
Antes de 1975	10.3	1.9
De 1975 a 1985	18.5	24.5
De 1986 a 1995	32.0	35.6
De 1996 a 2005	39.1	32.0

**Notas:** 1 Excluye fuerzas armadas.

2 Se incluye a los diez estados con mayor presencia de población nacida en México.

3 Incluye: California, Arizona, New México y Texas.

4 Incluye: Washington, Idaho, Oregon, Nevada y Utah.

5 Incluye: Illinois, Indiana, Michigan y Wisconsin.

6 Incluye: Connecticut, Delaware, Distrito de Colombia, Florida, Georgia, Maryland, Nueva Jersey, Nueva York, Carolina del Norte, Pennsylvania, Rhode Island, Carolina del Sur y Virginia.

7 Incluye: Colorado, Kansas, Iowa, Missouri, Nebraska, Oklahoma y Wyoming.

8 Incluye: Alabama, Alaska, Arkansas, Dakota del Norte, Dakota del Sur, Hawaii, Kentucky, Louisiana, Maine, Massachusetts, Minnesota, Mississippi, Montana, New Hampshire, Ohio, Tennessee, Vermont y Virginia Occidental.

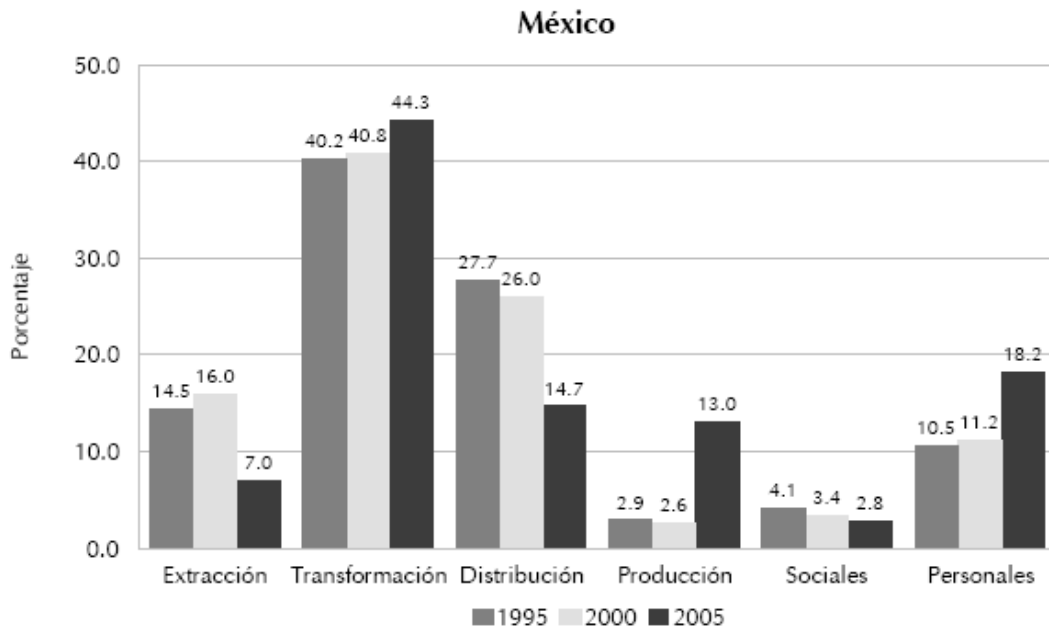
Fuente: CONAPO, 2005.

Como se observa en el cuadro anterior los estados en los EUA cercanos a la frontera con México son los mayores receptores del flujo migratorio, aunque se

están creando nuevos flujos hacia estados no tradicionales debido al surgimiento de nuevas industrias que demandan mano de obra barata. Otro dato importante que se observa en el cuadro es el bajo porcentaje (20% del total registrado) de los trabajadores mexicanos que han logrado su legalización mediante la obtención de la residencia y permiso para laboral de forma legal en los EUA.

Aunque se debe considerar que hasta ahora no es posible calcular de forma exacta el estatus legal de los trabajadores mexicanos migrantes en los EUA, ya que no existen fuentes de datos representativas a nivel nacional que nos permitan tener una estimación directa de la migración documentada e indocumentada. La CPS sólo incluye información sobre si se es ciudadano o no. Esta pregunta tiene la limitación de que no capta el estatus legal preciso (si es residente permanente legal o no, si tiene permiso temporal para residir en el país o si no tiene documentos).

Figura 3.1. Distribución porcentual la población inmigrante masculina nacida en México ocupada por sector económico. EUA 1995 -2005.



Fuente: CONAPO (2005) con base en U.S. Bureau of Census. Current Population Survey (CPS), marzo 1995, 2000 y 2005.

De acuerdo a la figura anterior, los hombres en edad laboral tienen en la industria de la transformación su principal fuente de empleo en los EUA y es muy probable que durante esta década lo siga siendo, también es importante señalar el crecimiento que ha tenido la oferta laboral en el rubro de servicios



personales que es el que más incremento presentó constituyéndose como la segunda fuente de empleo para el trabajador mexicano masculino.

**Cuadro 3.3. Diez principales ocupaciones en 2005 para la población masculina nacida en México.**

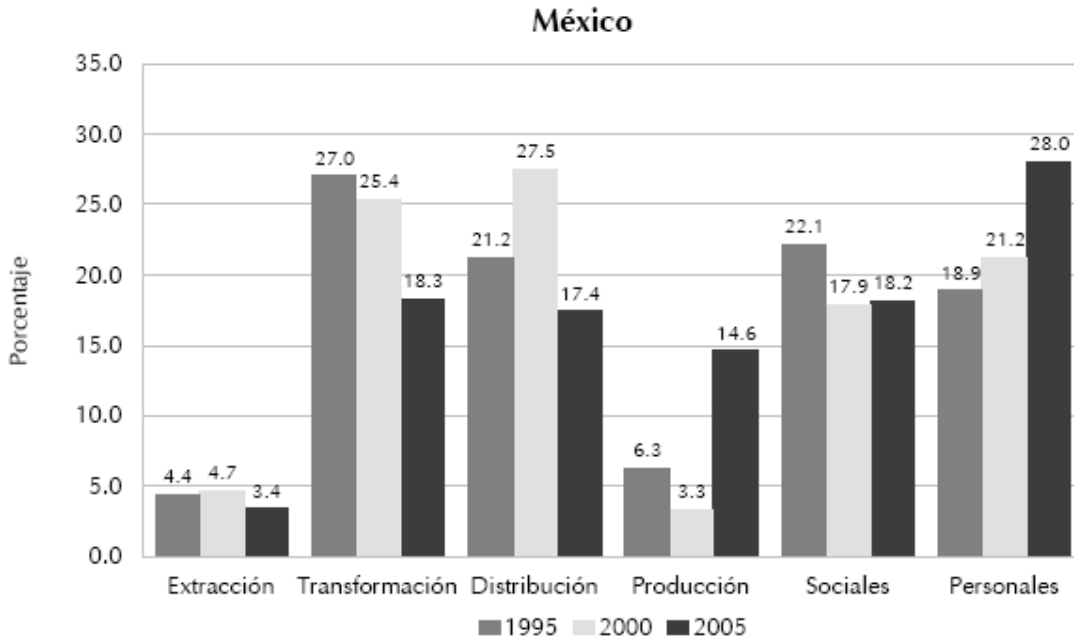
Diez principales ocupaciones (México)	México	
	Total ocupados	Participación relativa
Ocupaciones en la construcción y la industria	1 283 661	28.2
Ocupaciones en la producción	628 768	13.8
Ocupación de limpieza y mantenimiento de inmuebles	530 189	11.6
Transporte y traslado de materiales	517 756	11.4
Preparación de comida y servicios relacionados	495 444	10.9
Ocupaciones en la agricultura, pesca y silvicultura	278 546	6.1
Ocupación de reparación, instalación y mantenimiento	195 967	4.3
Ocupaciones en ventas y relacionadas.	188 612	4.1
Trabajo administrativo y de apoyo en las oficinas	135 658	3.0
Ocupación de reparación, instalación y mantenimiento	95 295	2.1

Fuente: CONAPO (2005) con base en *Bureau of Census. Current Population Survey (CPS)*, marzo 1995, 2000 y 2005.

Como se observa, los llamados servicios personales que tanto han crecido como oferta laboral se refieren principalmente a trabajos de limpieza y mantenimiento de inmuebles en zonas urbanas generalmente.

A continuación se presenta la información correspondiente a la mano de obra femenina en este proceso de integración a la fuerza laboral en los EUA, en la cual se observa el incremento real de la participación femenina en los flujos migratorios y la creciente participación de la mujer como fuente primaria o secundaria del ingreso familiar.

**Figura 3.2. Distribución porcentual la población inmigrante femenina nacida en México ocupada por sector económico. EUA 1995 -2005.**



Fuente: CONAPO (2005) con base en *Bureau of Census. Current Population Survey (CPS)*, marzo 1995, 2000 y 2005.

En el caso de las mujeres, los sectores de oferta laboral mantienen distancias relativamente cercanas uno de otro, haciéndose notorio el incremento de incursión laboral para las mujeres en los servicios personales, que al igual que en el patrón masculino, sigue siendo el ramo de mayor crecimiento en la oferta laboral para migrantes en los EUA.

**Cuadro 3.4. Diez principales ocupaciones en 2005 para la población femenina nacida en México.**

Diez principales ocupaciones (México)	México	
	Total ocupados	Participación relativa
Ocupación de limpieza y mantenimiento de inmuebles	362 767	19.2
Ocupaciones en la producción	298 788	15.8
Preparación de comida y servicios relacionados	265 009	14.0
Trabajo administrativo y de apoyo en las oficinas	229 599	12.2
Ocupaciones en ventas y relacionadas.	183 882	9.7
Transporte y traslado de materiales	100 444	5.3
Servicios y cuidados personales	93 093	4.9
Ocupaciones en la agricultura, pesca y silvicultura	66 000	3.5
Ocupaciones en cuidado de la salud	60 208	3.2
Ocupaciones en educación y capacitación	46 125	2.4

Fuente: CONAPO (2005) con base en U.S. *Bureau of Census. Current Population Survey (CPS)*, marzo 1995, 2000 y 2005.

En el caso de las mujeres , los trabajos de limpieza y mantenimiento de inmuebles son en los que se encuentran ubicadas el mayor número de trabajadoras mexicanas en los EUA, casi el 20% del total, seguido por las ocupaciones en la producción, con el 16 %, estos empleos que antes eran ocupados por hombres ahora están siendo competidos también por las mujeres. Tendremos que esperar algún tiempo para evaluar el impacto que ejerce la integración de las mujeres mexicanas en la fuerza laboral migratoria en los EUA y poder establecer cuáles son los trabajos y los sectores en los que la mujer ha sobresalido y también analizar el nivel de sueldos y prestaciones que logran éstas respecto de los hombres.

### **3.3. Las remesas como factor económico de impulso de la migración mexicana a los EUA.**

Una consecuencia de la emigración originada en América Latina y el Caribe es el flujo de remesas, que en 2004 llegó a un monto regional estimado de US \$ 40 mil millones, lo que corresponde a poco más de un tercio del total mundial de los recursos generados por esta fuente (Banco Mundial, 2005). El impacto macroeconómico de las remesas es elevado en varios países, donde su cuantía excede varias veces el monto derivado de otras fuentes de ingreso de divisas. De allí que las estrategias individuales de los trabajadores migrantes, amén de su potencial simbólico de vinculación, representen un sustrato material de apoyo a la economía nacional que desafía a las políticas públicas. Por esta

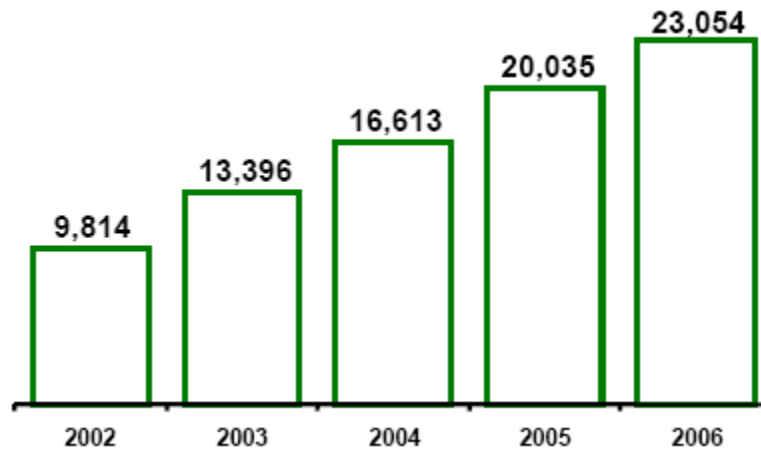
razón, la utilización de las remesas es objeto de especial preocupación y ha estimulado diversas iniciativas, generadas tanto en los países como en los organismos de financiación del desarrollo, como el Banco Interamericano de Desarrollo. La utilización de las remesas en el ámbito doméstico, su medición, los costos de transferencia, la transparencia del mercado, el potencial productivo y sobre el bienestar, son temas en plena discusión en los países de la región, algunos de los cuales ya cuentan con un acervo de importantes experiencias, como El Salvador, México y Colombia. Otro tema que está siendo debatido en los países es que mucha de la importancia de las remesas estriba en que, ante la insuficiencia de otras fuentes de financiamiento, públicas y privadas, configuran fondos de inversión. Ver Anexo 1.

Los efectos sociales y económicos de las remesas son un tema que abarca desde el plano de las familias y las comunidades de origen hasta el macroeconómico (su efecto sobre el desarrollo de los países que las perciben y sobre la reducción de las desigualdades sociales y la pobreza). Un reciente estudio sobre once países indica que la repercusión de las remesas en términos de reducir la pobreza de la población en su conjunto es poco significativa; esta conclusión cambia cuando el análisis se reduce a los hogares que reciben las remesas, pues en nueve países se advirtió que el 50% o más de las personas de estos hogares se encontrarían bajo la línea de pobreza si no contaran con el aporte de tales transferencias. Con todo, los efectos de las remesas en la distribución del ingreso son magros (CEPAL, 2005).

También hay que destacar que en los últimos años han cobrado vigor las remesas colectivas, donaciones enviadas por grupos de migrantes de la misma comunidad de origen (las llamadas *Home Town Associations*) para obras de infraestructura y bienestar social, como la remodelación de templos y escuelas. Aunque sólo representan una pequeña fracción del monto total de las remesas, tienen un impacto directo en el desarrollo o, cuando menos, en el bienestar de dichas comunidades; esto ha llevado a que se les denomine “recursos de calidad” (CEPAL 2002).

En el caso de México, en los años recientes, las remesas familiares han acrecentado su participación en las cuentas externas de México, particularmente, en los ingresos de la cuenta corriente de la balanza de pagos (Banco de México, 2007).

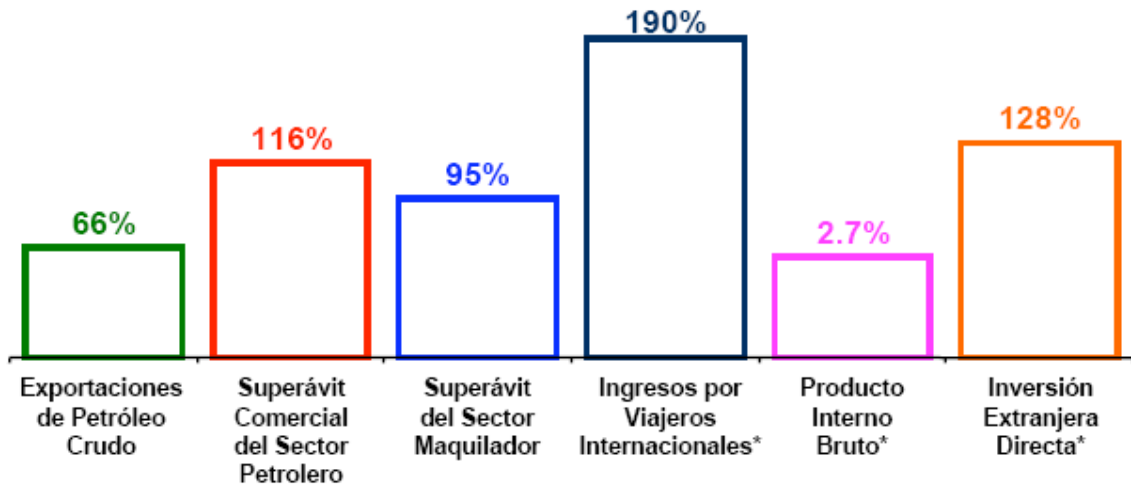
Figura 3.3. Remesas Familiares desde los EUA a México en millones de dólares.



Fuente: Banco de México (2007). Las remesas familiares en México. Inversión de los recursos de migrantes: resultado de las alternativas vigentes.

Nunca como ahora las remesas representan para miles de familias mexicanas la principal fuente de ingresos, sobre todo en comunidades donde la mayoría de la población masculina en edad de trabajar ha emigrado a los EUA. Estos flujos económicos habrían seguido incrementándose arriba de los 25 mil millones de dólares anuales de no haber ocurrido la nueva gran desaceleración en la economía de los EUA a inicios del año 2008 con la crisis hipotecaria ya mencionada. Es posible se observe una disminución en la tendencia sobre el envío de remesas a México al disminuir las fuentes de empleo en la industria de la producción, transformación y servicios para los trabajadores migrante de origen mexicano.

**Figura 3.4. Remesas Familiares desde los EUA a México como porcentaje de distintas cuentas externas de la balanza de pagos.**

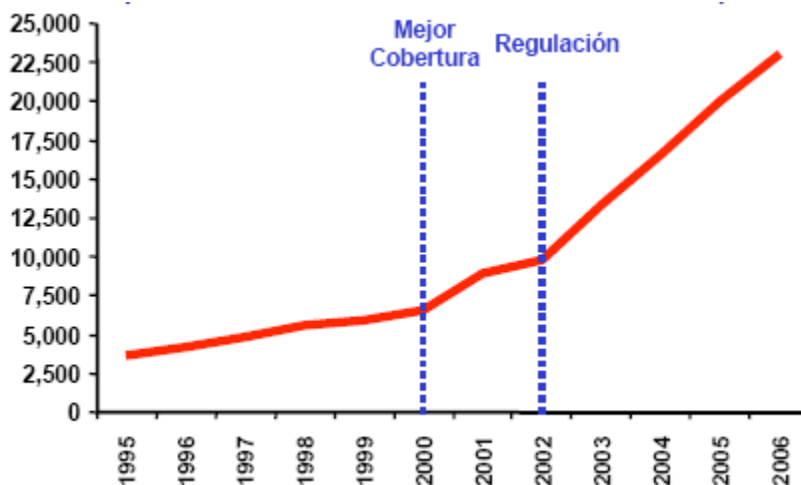


\* Estimación

Fuente: Banco de México (2007). Las remesas familiares en México. Inversión de los recursos de migrantes: resultado de las alternativas vigentes.

Como se observa en la figura anterior, las remesas representan más del cien por ciento del porcentaje de algunas cuentas externas de la balanza de pagos en México, como el caso de los Ingresos por Viajeros Internacionales (190%), Inversión Extranjera Directa (128%) y del Superávit Comercial del Sector Petrolero (116%), por lo que regular y registrar adecuadamente estos ingresos resulta una tarea prioritaria para los organismos gubernamentales mexicanos.

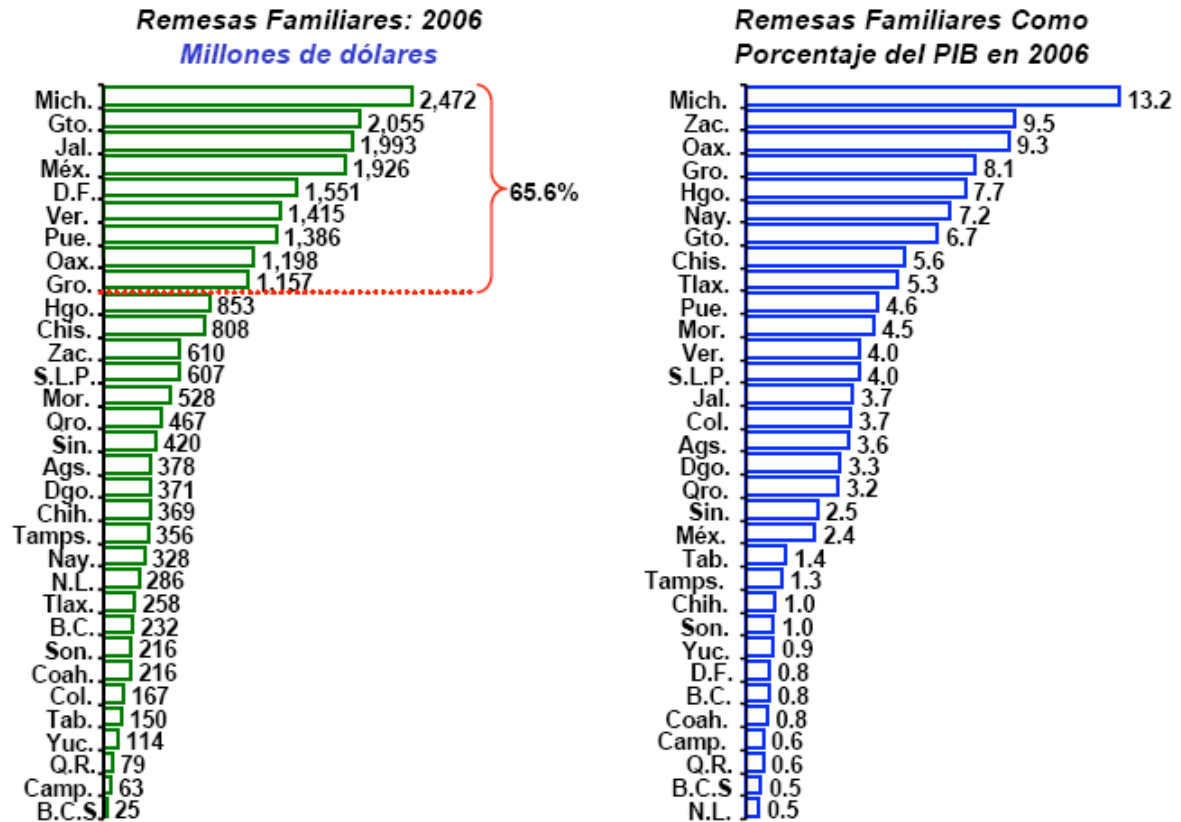
**Figura 3.5. Monto de las Remesas Familiares desde los EUA a México en millones de dólares desde 1995 a 2006.**



Fuente: Banco de México (2007). Las remesas familiares en México. Inversión de los recursos de migrantes: resultado de las alternativas vigentes.

A partir del año 2000 el Banco de México instrumentó medidas para poder darle una mejor cobertura al envío de remesas, diversificando con los prestadores de servicios las opciones para que los migrantes en EUA hicieran sus envíos de forma segura y eficiente hacia sus familiares en sus comunidades de origen, y a partir del 2002 se iniciaron medidas para establecer los topes en el cobro de comisiones por los servicios de envío de remesas. Según datos del Banco de México (2007) la mayor parte de las remesas (92.6%) se realiza por medio de transferencias electrónicas, en segundo lugar (5.9%) están las órdenes de pago (*Money Orders*) y en tercer lugar (1.5%) otras formas de envío.

**Figura 3.6. Remesas Familiares por entidad federativa, 2006**



Fuente: Banco de México (2007). Las remesas familiares en México. Inversión de los recursos de migrantes: resultado de las alternativas vigentes.

Como se observa en la figura anterior, en diez estados de la República Mexicana se concentra el 66% del importe total de las remesas enviadas por lo trabajadores mexicanos migrantes en los EUA, estados en los que las remesas pueden equivaler hasta un 13.2% de su Producto Interno Bruto, como el caso del estado de Michoacán. Así, las remesas se convierten en el motor de desarrollo más importante para las comunidades de origen, sin las cuales, los índices de marginación y pobreza sin duda se elevarían sustancialmente.



### **3.4. El envío de remesas y el perfil de los emisores.**

El envío de remesas está asociado a diversas características de los migrantes: evolución de su ciclo de vida, historia migratoria familiar, trayectoria migratoria individual, inserción laboral, escolaridad, perfil sociodemográfico, nivel y grado de integración en la sociedad de destino, y grado de relaciones culturales y simbólicas con la comunidad de origen. También intervienen factores contextuales como, por ejemplo, el país de origen de los migrantes. Dado que el origen del flujo migratoria hacia los EUA es la búsqueda de empleo para mejorar el nivel de vida de sus familias el envío de estos recursos han sido una tradición desde que se iniciaron los programas de empleo temporal en la década de los sesenta en los EUA.

Existen diferencias en cuanto a la tendencia de cada migrante a remitir dinero, además de variaciones en otros aspectos del proceso de transferencia, como el monto enviado, la frecuencia y periodicidad de las remesas, los medios utilizados, los destinatarios y el uso que se da a estos aportes, entre otros. Cuando los países de origen de la migración pasan por momentos de crisis económica, se incrementa la presión para realizar estas transferencias de dinero. Por su parte, el lugar de origen de los inmigrantes también puede determinar comportamientos diferentes en cuanto al envío de remesas, a partir de dinámicas e historias migratorias que pueden haberse originado en tiempos, coyunturas y causas estructurales distintas e involucrar, a la vez, poblaciones con perfiles socioeconómicos y demográficos heterogéneos.

Como se indica en un estudio del BID, en el año 2002 los migrantes latinoamericanos y caribeños que viven en Estados Unidos enviaban a sus familias, en promedio, remesas de 250 dólares entre ocho y diez veces al año. Un 69% habían enviado remesas alguna vez y entre los centroamericanos se registraban los porcentajes más altos (BID, 2002). De este estudio se desprende que el volumen global de las remesas está compuesto de innumerables y múltiples transferencias de pequeños montos de dinero, que en la mayoría de los casos se envían con gran periodicidad y regularidad. Según estas fuentes, se trata de remesas enviadas por medio de empresas formales dedicadas a la transferencia de dinero, y también de depósitos bancarios; en ambos casos, las transferencias suelen ser electrónicas. Esta descripción del proceso contribuye a definir el carácter de las remesas y el papel que desempeñan en la economía familiar y local. Los datos indican que son el medio usado por los inmigrantes para transferir a sus familias de origen parte de su ingreso salarial. Es indudable que la gran frecuencia y la periodicidad de los envíos responden a las exigencias que plantea la manutención cotidiana de sus familiares. Dado el monto de cada envío, es difícil que en muchos hogares puedan ser ahorradas o destinadas a otros fines fuera del gasto para consumo diario de las familias.

Datos más recientes obtenidos del Banco de México (2007) señalan que el monto promedio de la remesa mensual del trabajador mexicano varía según su nivel de ingreso, así, el 63% de los migrantes gana más de 1,500 dólares mensuales, dato que revela el nivel de vida que puede llegar a alcanzar una familia de trabajadores migrantes en los EUA, contando con al menos dos sueldos de la misma magnitud.

**Cuadro 3.5. Remesa promedio del trabajador migrante y su ingreso mensual.**

Ingreso Mensual	Remesa Mensual*	Estructura Porcentual
Hasta 1,000	265	13.3
De 1,001 a 1,500	302	23.6
De 1,501 a 2,000	351	26.4
De 2,001 a 2,500	314	10.3
Más de 2,500	425	26.4
<b>Total</b>	<b>344</b>	<b>100.0</b>

\* Dólares

Fuente: Banco de México (2007). Las remesas familiares en México. Inversión de los recursos de migrantes: resultado de las alternativas vigentes.

También con datos del Banco de México (2007) se muestra que las remesas recibidas por las familias de los migrantes destinan más del 86% de las mismas para gastos de manutención, es decir, como gasto corriente familiar para cubrir las necesidades básicas mínimas, y sólo un 6% de estos recursos se destinan en educación, factor que debería constituirse como una prioridad en el gasto familiar para poder impactar realmente en el incremento gradual del nivel de vida de las familias de los migrantes.

**Figura 3.7. Uso de las remesas por parte de las familias de los migrantes, 2005**



Fuente: Banco de México (2007). Las remesas familiares en México. Inversión de los recursos de migrantes: resultado de las alternativas vigentes.

El caso de México, en el que se conjugan la magnitud de la migración, la cuantía de las remesas y la disponibilidad de información, se presta para analizar los efectos de estos aportes a nivel de las unidades domésticas. Para hacer un estudio del perfil de los receptores en otros países también se puede trabajar con las encuestas de hogares (CEPAL 2005). Asimismo, en los censos de población de la ronda 2000, Belice, México y República Dominicana incluyeron preguntas acerca de la recepción de remesas desde el extranjero y su monto aproximado. En el Caribe, un numeroso grupo de países indaga estos mismos temas.

Sin embargo, en México se han explotado abundantemente las fuentes de información disponibles. Los datos del censo del 2000 se han cruzado con indicadores de intensidad migratoria, recepción de remesas y otras características socioeconómicas a nivel de municipios. Entre los principales hallazgos figura el alto grado de relación entre la intensidad migratoria de los municipios y la recepción de remesas, la dispersión territorial de las transferencias y su mayor efecto *per cápita* en las localidades rurales (Tuirán, 2002). Desde 1992 en adelante, la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) ha incluido las transferencias de dinero recibidas de familiares en el extranjero. Los datos, que no son comparables con los de otras fuentes, indican que entre 1992 y el 2002, el número de hogares perceptores de remesas pasó de 650.000 a 1.4 millones (menos del 5% del total del país) y el volumen de estos recursos tuvo un aumento de 1.900 millones de dólares en 1992, a más de 3.600 millones en el 2002. Entre 1994 y 1996, coincidiendo con una de las más severas crisis económicas experimentadas en México, se

registró el mayor incremento tanto del número de hogares perceptores como del volumen anual de las remesas. A partir de entonces este último se ha mantenido estable, solo con un aumento en el 2000 y un retorno a su nivel anterior en el 2002. (Solimano, 2003).

El monto de los envíos de las remesas tiene una tendencia anticíclica. En momentos de crisis las remesas pueden constituir un mecanismo compensador para las economías familiares en las comunidades de origen (Canales y Montiel, 2004), en tanto que en fases de crecimiento económico (desde 1996 a la fecha), sus niveles permanecen relativamente estables. Bajo condiciones de crisis económica se produce un desajuste del balance consumo-ingreso en las economías domésticas: las devaluaciones aumentan el costo de los bienes de consumo, a la vez que reducen el poder de compra de los salarios y otras fuentes de ingresos. Las remesas en dólares permiten mantener el nivel de consumo anterior a la crisis, lo que refuerza la tesis de que son una transferencia salarial que el migrante envía a sus familiares en México, y cuyos efectos y usos son los mismos que los de cualquier otro salario: financiar la reproducción material de las familias.

De acuerdo a los datos del Banco de México (2007), tampoco existe un patrón en el envío de remesas relacionado con los años de residencia en los EUA del trabajador mexicano, como lo indica el siguiente cuadro:

Cuadro 3.6. Años de residencia del trabajador migrante en los EUA y el valor mensual de la remesa.

<b>Años de Residencia</b>	<b>Remesa Mensual *</b>
<b>Hasta 5</b>	<b>435</b>
<b>De 6 a 10</b>	<b>379</b>
<b>De 11 a 15</b>	<b>343</b>
<b>De 16 a 20</b>	<b>314</b>
<b>Más de 20</b>	<b>330</b>
<b>Total</b>	<b>344</b>

\* Dólares.

Fuente: Banco de México (2007). Las remesas familiares en México. Inversión de los recursos de migrantes: resultado de las alternativas vigentes.

Se puede resumir, a partir de la información presentada, que las remesas constituyen uno de los factores más importantes involucrados en el fenómeno migratorio por parte de México, es indudable, que la salida de trabajadores mexicanos al campo y a la industria de los EUA ha minimizado la problemática económica que México tendría que afrontar sin la existencia de esta posibilidad que nuestros hombres y mujeres en edad laboral han encontrado para poder dar sustento a sus familias. Así mismo, será necesario seguir regulando a los prestadores de servicios en las transferencias de remesas desde los EUA a México para que no existan irregularidades que afecten los ingresos de las familias receptoras de estos recursos.

### **3.5. Factores sociales que favorecen el establecimiento de los flujos migratorios de mexicanos en los EUA**

Uno de los grandes logros sociales alcanzado por los migrantes de origen mexicano radica en la creciente influencia y poder económico y político de los clubes, asociaciones y federaciones y su incidencia en asuntos locales en las comunidades de origen, en muchos casos substituyendo la ausencia de programas sociales y económicos de desarrollo por parte del gobierno mexicano, puede considerarse un factor importante que ha llevado a autoridades gubernamentales mexicanas y estadounidenses a establecer relaciones con dichas asociaciones.

La federación de más impacto es la formada por varios clubes del estado de Jalisco en 1990 con la participación y ayuda directa del consulado mexicano y que cuenta con 49 clubes como miembros. En el caso de los clubes mexicanos, la mayor parte de sus actividades se enfocan en comunidades rurales en México, generalmente proyectos de carácter filantrópico encaminados al desarrollo de obras públicas e infraestructura. Las actividades más comunes desarrolladas por estos clubes incluyen la construcción o reparación de carreteras, puentes, parques, iglesias, escuelas, clínicas, instalaciones deportivas y calles. Por su parte, los proyectos sociales generalmente están encaminados a la gente de bajos ingresos en sus comunidades a través del apoyo a clínicas, guarderías, y centros de retiro para ancianos. Asimismo, los clubes regularmente hacen donaciones para comprar ambulancias, equipo médico, material para escuelas, y becas de estudio para niños de familias de escasos recursos (CEPAL, 2001).

La *Federación de Clubes Zacatecanos* sirve para ilustrar una de las formas más activas y exitosas de la promoción de este tipo de obras públicas de carácter social por parte de emigrantes mexicanos. En 1996, por ejemplo, los clubes de esta federación apoyaron el financiamiento de 60 proyectos de obras públicas en el estado de Zacatecas por el valor de cientos de miles de dólares, incluyendo la construcción y reparación de carreteras, la reparación de iglesias y plazas de pueblos, y la construcción de escuelas, clínicas y casas de convalecencia para ancianos.

Aunque generalmente las actividades de las asociaciones de migrantes mexicanos tienen un carácter filantrópico, algunas asociaciones tienen un perfil más político que busca defender activamente los derechos económicos, laborales, humanos y políticos de sus miembros en ambos lados de la frontera. Tal vez el caso más sobresaliente es el de las asociaciones de migrantes del estado de Oaxaca, y que contribuye con un importante número de migrantes tanto al norte del país como a los Estados Unidos en busca de mejores oportunidades económicas y laborales. Aunque de formación reciente en comparación con los clubes de migrantes de otros estados como Zacatecas, Jalisco y Michoacán, las asociaciones de oaxaqueños han conseguido un grado de articulación y politización ausente en muchas asociaciones de otras regiones.

El alto grado de politización de las asociaciones oaxaqueñas (Rivera-Salgado, 1998) se debe a la combinación de una serie de factores, incluyendo el origen indígena de muchos de ellos que los lleva a ser una minoría dentro de una minoría en EUA, a menudo discriminados tanto por empleadores nativos como por patrones mexicanos mestizos, muchos de ellos también inmigrantes. A diferencia de las federaciones de otros estados donde el gobierno mexicano ha jugado un papel central en su creación, en el caso de las federaciones oaxaqueñas, estas han surgido como resultado de las acciones e inquietudes políticas de sus líderes, quienes han sido bastante exitosos en la formación de asociaciones de carácter binacional de base y la movilización de los recursos sociales, políticos, y culturales de las comunidades indígenas de Oaxaca.

El segundo ámbito de acción de los clubes y federaciones de migrantes mexicanos se ubican en sus comunidades de destino en EUA, promoviendo los derechos económicos, laborales y políticos de sus miembros y facilitando así su integración en este país.

En general, podemos distinguir dos tipos de participación de clubes en actividades en comunidades de residencia en EUA. El primer tipo se refiere a actividades directamente organizadas y promovidas por estas asociaciones en sus comunidades de residencia en EUA. Estos proyectos incluyen la defensa de los programas bilingües de educación en las escuelas públicas, la mejora de las condiciones de vivienda e infraestructura en los barrios donde estos inmigrantes y sus familias residen, así como la lucha contra problemas de drogas, pandillas y violencia que afecta a estas áreas.

El segundo tipo de actividades se refiere a coaliciones con organizaciones comunitarias, sindicatos, organizaciones no gubernamentales, y otras asociaciones civiles que buscan defender los derechos de los inmigrantes y población latina en general en EUA. Grupos de inmigrantes indígenas

oaxaqueños como la coalición Mixteca-Zapoteca y el Frente, por ejemplo, han establecido coaliciones con sindicatos (el sindicato de los trabajadores del campo "*United Farm Workers*"), organizaciones no gubernamentales, iglesias, organizaciones estudiantiles, etc., para defender sus derechos laborales y humanos en ese país. (Rivera-Salgado, 1998).

Las actividades desarrolladas por las asociaciones de inmigrantes mexicanos en Estados Unidos fomentan los vínculos económicos, sociales y políticos de éstos con sus comunidades de origen, manteniendo así una presencia activa en sus comunidades de México y reflejando el carácter transnacional de dichas comunidades. Asimismo contribuyen al fortalecimiento del poder político de los migrantes y la defensa de sus derechos laborales, políticos y humanos en ambos lados de la frontera.

Por otra parte, la canalización de recursos financieros y materiales a las comunidades de origen en obras públicas de parte de inmigrantes mexicanos en Estados Unidos ha contribuido críticamente a la capacidad de estos inmigrantes como actores políticos de negociar frente a frente con el gobierno mexicano, especialmente en los niveles estatal y local.

Es importante señalar que la capacidad de organización y poder político de los clubes y federaciones será de primera importancia en esta nueva definición de la política migratoria entre México y EUA. Ahora más que nunca los mexicanos organizados del otro lado de la frontera pueden influir en el cambio de la política bilateral a nivel económico, político y social para ayudar a los migrantes en la conquista de los derechos que ahora están exigiendo como una fuerza social digna de tomarse en cuenta.

Será también necesario evaluar en su momento la participación de estos clubes y federaciones en los movimientos sociales organizados a favor de la tolerancia, derecho al trabajo y reforma migratoria para los grupos minoritarios en los Estados Unidos, como por ejemplo, en las marchas organizadas con motivo del *Labor Day* a partir del año 2006 (el primer lunes de septiembre) en ciudades como Los Ángeles, Nueva Cork y Chicago, por citar ejemplos.

En estas manifestaciones, la organización que brindaron grupos, asociaciones, clubes y federaciones fue un factor clave para lograr que las minorías radicadas temporal o permanentemente en los EUA hicieran sentir su fuerza cuantitativa y su poder de convocatoria, factores que sin duda, son claves en los procesos políticos que vive la democracia en el país vecino.

Han surgido otros movimientos interesantes como el caso de la Coalición FIRM, Movimiento a Favor de una Reforma Migratoria Justa (Fair Immigration Reform Movement), la cual congrega a 215 organizaciones, de las cuales, muchas fueron las responsables de organizar las marchas arriba mencionadas a favor

de los derechos de migrantes del año 2006 (IME, 2008).

A continuación se listan algunas de las más destacadas Asociaciones pro-Inmigrantes integradas por la sociedad civil y organizaciones no gubernamentales que buscan defender los derechos individuales de los migrantes hispanos en los EUA, aunque se calcula que existen más de 150 asociaciones pro-inmigrantes activas en este país:

- Movimiento Inmigrante del Medio Oeste estadounidense.
- Asociación de Inmigrantes de Indiana.
- Asociación Cívica Mexicana de Indiana.
- *Chicago Workers Collaborative*.
- *Farm Labor* OC de Ohio.
- *Illinois Migrant Council*.
- *International Socialist Organization*.
- Organización 10 de Abril de Madison, Wisc.
- *Socialist Workers Party*.
- Solidaridad Migrante de Du Page IL.
- *South East Chicago Community for Immigrant Rights*.
- TAP San Adalberto de South Bend, Indiana.
- Servicios Diocesanos del Migrante y Refugiados (DMRS), El Paso, Texas.
- Comité de los Amigos Americanos, Houston, Texas.
- *Border Network for Human Rights*.
- *Commission on the Dignity of Immigrants*.
- Comité de los Amigos Americanos, San Diego, California.

Como se ha planteado, las Asociaciones, Clubes y Federaciones tienen un papel primordial como facilitadores en el proceso de asimilación e inserción laboral para una gran número de inmigrantes de origen mexicano, y como apoyo sustantivo en la difícil tarea de destacar la presencia y reconocimiento de las minorías étnicas como la de origen mexicano en los EUA.

Por otro lado, uno de los retos que deberán plantearse las asociaciones de migrantes como órganos de desarrollo para sus asociados es impulsar y fortalecer el crecimiento académico en sus comunidades, pues este constituye uno de los grandes temas dejados de lado por sus representantes. La continuidad de la educación o el fortalecimiento de las habilidades para el trabajo no son en ningún sentido prioritarias ante la necesidad económica que los lleva a integrarse de lleno a la fuerza laboral de los EUA. Incluso, se observó que en aquellas familias ya establecidas permanentemente con niveles de ingreso que cubren satisfactoriamente sus necesidades básicas y de entretenimiento, el tema educativo sigue siendo un tema secundario, las



familias tratan de integrar de la manera más inmediata a los miembros más jóvenes de las familias a la fuerza laboral dejando de lado la continuidad en la educación, los niveles de ingreso a la educación superior por parte de las familias de origen mexicano radicadas permanentemente en los EUA es considerablemente escasa, más aún en los estudios de posgrado. Se considera que este problema obedece a factores de tipo cultural y al bajo nivel educativo con el que la comunidad mexicana ha llegado al país vecino en busca de nuevas oportunidades. Por lo tanto, el tema de la educación deberá promoverse y fortalecerse para contribuir al progreso económico y cultural de las siguientes generaciones de mexicanos en los EUA.

En prospectiva, el papel de las asociaciones de migrantes de origen mexicano puede ser todavía más influyente en la actividad económica de los EUA toda vez que sean capaces de ampliar su campo acción, no sólo en ámbitos sociales, culturales y educativos, sino también en el ámbito comercial fungiendo como promotoras y canales de comunicación para todas aquellas marcas, productos, servicios y empresas interesadas en penetrar al gusto de los consumidores de origen mexicano que como lo demuestran los datos obtenidos en esta investigación es un mercado en pleno crecimiento y de gran poder adquisitivo por su número y características específicas.

**CAPÍTULO 4. EL MERCADO DE LA NOSTALGIA DE LOS MIGRANTES  
MEXICANOS EN LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA.**

## **CAPÍTULO 4. EL MERCADO DE LA NOSTALGIA DE LOS MIGRANTES MEXICANOS EN LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA.**

### **4.1. Definición de mercado de nostalgia**

Para este estudio se ha definido el mercado de nostalgia al conformado por productos, marcas y servicios que los migrantes estaban acostumbrados a consumir o, a simplemente, reconocer su calidad o funcionalidad en su país de origen y que una vez establecidos en territorio extranjero, en este caso EUA, los vincula de manera emocional a su cultura y raíces étnicas.

En el estudio publicado por la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) en el año 2003 denominado: Pequeñas empresas, productos étnicos y de nostalgia: Oportunidades en el mercado internacional. *Los casos de El Salvador y México*, se describe a los productos étnicos y de nostalgia de la siguiente manera:

- a) Se trata de productos con los que los migrantes residentes en los EUA están familiarizados; es decir, existe una relación de afinidad con el producto, lo cual implica que, aun cuando las empresas no puedan cubrir costos de transacción y promoción muy grandes, habrá un público interesado en comprar el producto.
- b) En muchos de estos casos hay una relación de flujos naturales de comercio establecida inicialmente por comerciantes informales (viajeros), sin apoyos institucionales, que responden a una demanda por este tipo de productos de la población emigrada.
- c) Es una demanda que refleja una confianza del consumidor en el producto, pues ya cuenta con información sobre éste y es de su preferencia.
- d) Son productos con ventajas comparativas, debido a que ya se ha establecido una preferencia por el producto por cuestiones de cultura, arraigo, nostalgia, lo cual los convierte en bienes altamente diferenciados.
- e) Se trata de un consumo permanente, no asociado a la moda sino a la cultura y al arraigo a los países de origen de esas poblaciones; además, se vinculan a ingresos superiores a los de los países de origen.
- f) Son mercados con un potencial de demanda considerablemente mayor a la que existe actualmente, ya que muchos productos serían consumidos por la población hispana en los Estados Unidos si estuvieran disponibles (Batres-Márquez y otros 2001). El hecho de que no estén al alcance de la mano se puede atribuir a que estos productos no cumplen con las normas de calidad o sanitarias y fitosanitarias para ingresar al mercado de los Estados Unidos de manera comercial formal, o que no se han desarrollado los canales de comercialización necesarios.

Si bien la CEPAL (2003) define el mercado de la nostalgia como “aquellas mercancías que integran bienes y servicios que forman parte de los hábitos de

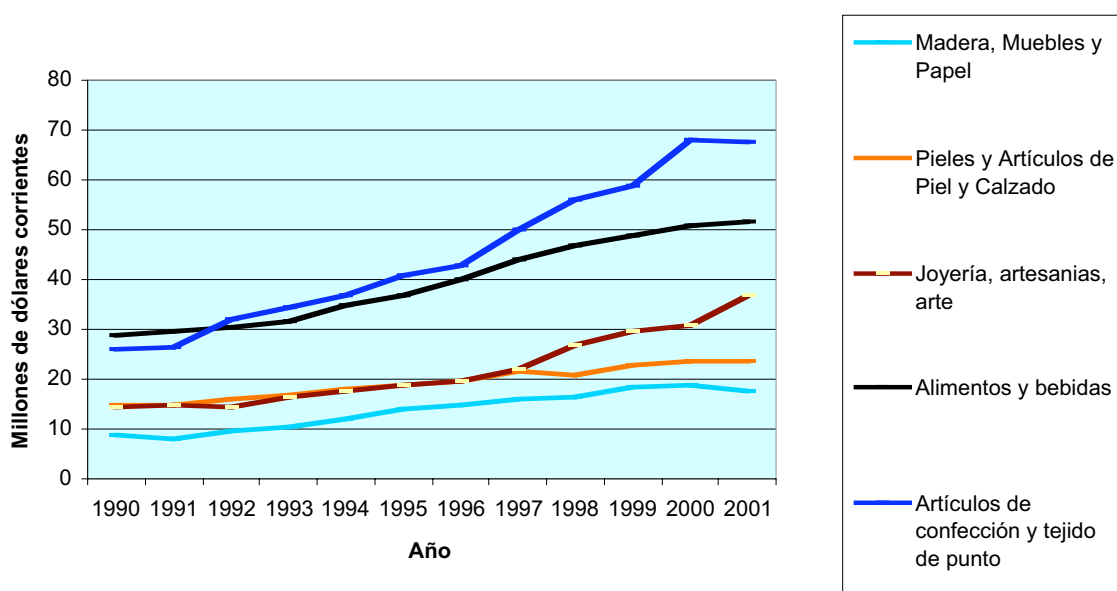
consumo, cultura y tradición de los diferentes pueblos y naciones”, Olmedo (2006) incorpora otros elementos, como el hecho de que este tipo de mercancías y servicios tienen otros atributos y particularidades, entre ellas el hecho de que se trata de productos y servicios autóctonos, con un sentido de pertenencia “nacional” y que de alguna manera contrarrestan el efecto cultural de la globalización, creando la idea de la conservación de la identidad nacional, los orígenes y localidades contra la idea del individuo global y el efecto transnacional de la economía capitalista mundial que tiende a una homogeneización de los patrones de consumo y de producción. Así también, sugiere que los consumidores productos étnicos en los EUA, son nacionales de otras comunidades, localidades, regiones de nuestro país y también aquellos grupos no nacionales que han asimilado ciertos patrones de consumo ligados a este género de mercancías y servicios de muy diverso origen nacional, es decir, extranjeros que vivieron en México, visitantes de turismo y, e incluso habría que considerar a sectores de población de aquellos países destino de nuestros migrantes que mantienen contacto y relaciones con ellos, y que por ese sólo hecho se convierten en potenciales grupos consumidores de este tipo de productos y servicios. Establece además que no todos los productos de la nostalgia son productos étnicos, pero que sí todo producto o servicio étnico es un producto de la nostalgia.

Los productos étnicos y de la nostalgia destacan por ser mercancías orientadas a mercados altamente diferenciados (Olmedo, 2006) y que aún cuando deben cumplir con normas sanitarias y fitosanitarias –hasta fitozoosanitarias-, escapan a lo que pudiera entenderse como una estandarización internacional en cuanto a normas de calidad, son mercancías que, por su naturaleza, no requieren desarrollar innovaciones tecnológicas sofisticadas. Tal vez las mayores innovaciones pudieran ubicarse en términos de su colorido, materiales y empaques, tomando siempre en cuenta a las tendencias y modas de los nichos de mercado que los demandan.

De acuerdo a la CEPAL (2003) los productos que más han destacado en el mercado de la nostalgia en los EUA se encuentran ubicados en el sector de alimentos y bebidas, muebles, artesanías, vestuario, música, detergentes, jabones, y hasta refrescos.

Si bien las exportaciones de productos étnicos y nostálgicos no tienen un peso significativo en el total de importaciones que realizan los Estados Unidos (casi 2% en el lapso 1990-2001), totalizaron 22.400 millones de dólares en 2001 como lo muestra la siguiente figura.

**Figura 4.1. Importaciones globales de los Estados Unidos de América por grupo de productos étnicos y nostálgicos.**



Fuente: CEPAL, 2003.

En términos generales, la demanda de productos puede ser particularmente importante si se considera que los ingresos de la población de origen hispano, y por tanto su capacidad de compra, es mucho mayor en los EUA que en sus países de origen. En efecto, el trabajador latino promedio gana en los Estados Unidos 26.000 dólares al año, en tanto que el trabajador promedio mexicano y centroamericano logra un ingreso de 21.000 dólares al año en ese mismo país (CEPAL, 2003).

Según un estudio de mercado de la Secretaría de Economía (2005), los productos de nostalgia más demandados en los EUA son (Ver Anexo 1: Listado de Productos Mexicanos que se venden en los EUA)

- Refrescos gaseosos
- Cereales
- Pan salado y roles
- Botanas
- Cerveza
- Café
- Galletas
- Sopas
- Jugos no perecederos
- Dulces/mentas
- Galletas saladas
- Comidas preparadas congeladas
- Vino
- Fórmula para bebés
- Vegetales
- Mariscos
- Manteca vegetal
- Especias/sazonadores
- Frutas enlatadas
- Agua embotellada

La Subsecretaria de Desarrollo Rural de la SAGARPA (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación) (2008) sostiene que en México son producidos más de 180 productos comercialmente no tradicionales, que representan un valor superior a los 5 mil millones de pesos en el mercado hispano de los EUA, entre los que destacan: carambola, lichi, nueces, mamey, maracuyá, persimonia, piñón, macadamia, guayaba y tuna; especias, colorantes, fibras naturales, palma de aceite, hule natural, flores exóticas y ornamentales, frutas secas, cereales, legumbres y hortalizas, plantas medicinales, aromáticas y alimenticias, maderas tropicales y oleaginosas, entre otros.

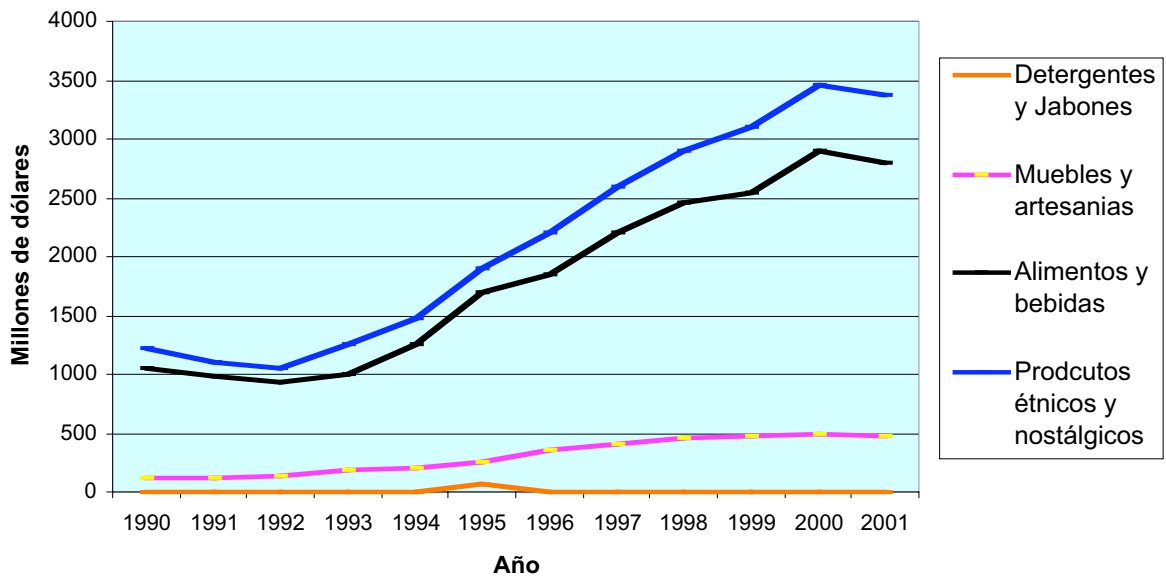
El incremento de la demanda de los productos mencionados tiene su origen en nichos de mercado familiarizados con su consumo antes de establecerse en territorio norteamericano ayudados por su nuevo poder de compra, mayor al que estos grupos tenían en su país de origen, hacen de los productos de nostalgia un mercado de grandes prospectivas e desarrollo y consolidación al mediano y largo plazo.

El potencial del mercado de productos de nostalgia mexicanos puede fortalecerse y formalizarse, de tal modo que constituya una fuente de desarrollo social y económico para las comunidades de inmigrantes, sobre todo, si se pueden construir canales de distribución convenientes entre las empresas mexicanas que puedan ofrecer estos productos y los canales de

comercialización formales e informales que existen en el extranjero para tal efecto.

En la siguiente figura se observa que el valor de las importaciones de los productos étnicos y de nostalgia mexicanos en EUA se triplicó en una década, alcanzando los 3,500 millones de dólares anuales en el año 2000. Con estos indicadores podemos decir que existe un mercado de nostalgia en pleno crecimiento que genera oportunidades de negocio para los productos y servicios orientados a nichos de mercado altamente diferenciados.

**Figura 4.2. Composición de las importaciones de los Estados Unidos de América de productos étnicos y de nostalgia de México**



Fuente: CEPAL, 2003

La dinámica social de los grupos de inmigrantes es una fuente inagotable de oportunidades para el desplazamiento de los productos de nostalgia, como se

mencionó anteriormente, la variedad de éstos es considerable, no sólo se limitan a los mostrados en los estudios de la CEPAL (2003) y Sagarpa (2008) (Ver anexo 3), pues se puede constatar en algunas ciudades de los EUA que esta nostalgia por los orígenes ha dado lugar a la creación de empresas pequeñas que prestan servicios especializados a los grupos de minoría étnica, ofreciendo productos y también servicios que son significativos únicamente para ciertos nichos de mercado hispano-mexicano (Ver anexo 3 y 5), por ejemplo:

- El servicio de banquetes para Bautizos, Presentaciones, XV Años, etc. que incluye la videograbación del evento, arreglo del salón de fiestas, transporte, recuerdos, etc.
- Servicios de Abogados en Español.
- Dentistas para mexicanos.
- Clases de manejo en idioma Español.
- Banquetes con Tacos de Canasta.
- Paletterías “estilo La Michoacana”.
- Panaderías con “pan de dulce mexicano”.
- Entretenimiento a la mexicana: Festejo de las fiestas patrias en distintas ciudades, funciones de lucha libre mexicana, festejos con mariachi, etc.

#### **4.2. Actividades comerciales organizadas por los clubes, asociaciones, federaciones y confederaciones de inmigrantes de origen mexicano en los EUA.**

Tomando en cuenta el impacto de las organizaciones comunitarias en el ámbito comercial, que en este estudio se considera medular, las asociaciones, clubes, federaciones y confederaciones de los inmigrantes mexicanos en los EUA, también han fortalecido su papel económico-social con la organización de ferias y exposiciones comerciales en las que se ofrecen productos de interés para este segmento de mercado, de ahí la importancia de que estas actividades comerciales se fortalezcan y den entrada a pequeños y medianos productores o comercializadores que operan desde México para que a través de la unión del conocimiento de los canales de distribución de los primeros y la eficiencia en la distribución de los segundos, se puedan lograr beneficios mutuos en este mercado en expansión.

A continuación se muestran datos representativos de esta actividad comercial obtenidos de los papeles de trabajo a partir de la 1ª. Convención Binacional del COFEM 2005 en los Ángeles, Ca. (El Consejo de Federaciones Mexicanas en Norte América), estas convenciones son organizadas en distintas ciudades norteamericanas con el fin de congregarse a las partes representativas de las asociaciones y clubes de todo el territorio de los EUA.



La convocatoria a esta Convención nacional se dirige a autoridades gubernamentales federa, estatal y local, académicos, representantes corporativos y líderes comunitarios de los EUA y México en un marco de conferencias que trata temas de interés general para estos grupos, con temas que van desde salud y atención médica, hasta temas de política pública sobre la migración, seminarios educativos, y sobre todo, la oferta de productos de alto impacto para los inmigrantes, además de entretenimiento y comida. Esta fue la exposición latina binacional más grande realizada en los EUA, realizada en el Centro de Convenciones de la ciudad de Los Ángeles, en la cual se reunió a más de 400 corporativos.

El número de membresías de los Clubes se ha incrementado, según datos de la COFEM, de manera significativa durante la última década, actualmente se estiman cerca de 400 mil membresías únicamente en el estado de California, cifra que denota el poder de convocatoria de las comunidades del mismo origen étnico.

Las federaciones que componen la COFEM son las siguientes:

- Colima
- Durango
- Guanajuato
- Hidalgo
- Jalisco
- México D.F.
- Michoacán
- Nayarit
- Puebla
- Sonora
- Sinaloa
- Veracruz
- Yucatán
- Zacatecas

Esto la convierte en la organización más grande en su clase en todo EUA, colectivamente la COFEM agrupa a más de 600 clubes miembros con un promedio de 650 membresías cada uno, lo cual implica un total estimado de 390,000 socios (migrantes de origen mexicano radicados temporal o permanentemente de forma legal e ilegal en los EUA).

**Cuadro 4.1.**  
**Número de Clubes por estado en los Estados Unidos de América**  
**(Comparativo año 1998 vs 2003)**

<b>ESTADOS</b>	<b>1998</b>	<b>2003</b>
Arizona	5	9
California	240	329*
Colorado	4	5
Florida	3	1
Georgia	2	2
Illinos	82	170
Indiana	*	2
Michigan	*	1
Nevada	*	1
Nuevo México	*	3
Nueva York	15	27
Norte de Carolina	*	1
Oregon	3	4
Pennsylvania	5	11
Texas	73	48
Utha	2	2
Washington	7	7
<b>TOTAL</b>	<b>441</b>	<b>623</b>

Fuente: Consejo de Federaciones Mexicanas en Norte América (2005), 1ª. Convención Binacional del COFEM, Los Ángeles, Ca.

El incremento en el número de clubes de comunidades de origen y sus miembros, seguramente incrementará en los siguientes años, sobre todo, por la situación desfavorable en la que se ven envueltos actualmente los trabajadores indocumentados que ingresan a los EUA con las nuevas medidas de seguridad que ponen en mayor riesgo su vida. Ahora el tiempo de estadía en los EUA será más prolongado con el fin de evitar el riesgo de conlleva estar ingresando a este territorio como se hacia anteriormente, así, el establecerse por más tiempo hace necesaria la búsqueda de estas asociaciones con individuos que comparten o han compartido su misma situación de “recién llegados”, proceso de inserción clave en el que las asociaciones apoyan a los nuevos migrantes.

#### **4.3. Desplazamiento de productos del mercado de nostalgia en los EUA.**

Aunque la empresa mediana y grande son en la actualidad las que se están beneficiando del crecimiento del mercado de nostalgia entre los inmigrantes de origen mexicano, se considera que este beneficio también podría impactar de forma significativa a pequeños y medianos empresarios mexicanos, tanto los que operan en México como en los Estados Unidos de Norteamérica.

Los canales de distribución existentes en los EUA favorecen el desplazamiento de los productos de nostalgia a los públicos objetivo, haciendo que las discrepancias naturales de los canales de distribución como la de surtido, cantidad, espacio y tiempo se vean disminuidas en la mayoría de los casos, así como el desarrollo alcanzado por la logística de alta tecnología entre México y los EUA dan como resultado que el consumidor mexicano tenga precios competitivos y fácil acceso a los productos de nostalgia de su preferencia.

La mayoría de los productos del mercado de la nostalgia actuales se distribuyen a través de los canales tradicionales en los EUA, los cuales pueden clasificarse de la siguiente manera (Stern, 1999):

Formatos basados en los fabricantes:

1. Directo del Fabricante. Los productos se venden desde los almacenes de los fabricantes a través de los equipos de sus propios equipos de venta o representantes.
2. Mayorista-Distribuidor de servicios propiedad del fabricante. Empresa mayorista de distribuidor que ha sido adquirida y que abastece a los mercados de la empresa matriz y a otros fabricantes.
3. Tiendas de venta directa o del fabricante. Tiendas minoristas en mercados de lata densidad que con frecuencia son aprovechados para liquidar artículos de baja calidad o excedentes de inventario .
4. Concesionario. Unión de las funciones de distribución y de marketing por medio de acuerdos de concesión, que por lo general otorgan la exclusividad durante un tiempo. Se utilizan con frecuencia para productos que se encuentran en la etapa de crecimiento del ciclo de vida.
5. Consignación. El fabricante envía los productos al punto de consumo, pero la propiedad no se traspasa hasta que se consumen, Los riesgos de obsolescencia y de propiedad corresponden al fabricante hasta el momento del uso. Generalmente los productos de este formato son de precio alto y márgenes elevados.
6. Corredores y representantes. Equipo especializado de ventas contratado por el fabricante, los vendedores comercializan otras líneas de productos similares y se dirigen a nichos pequeños y diferenciados de consumidores.

Formatos basados en el minorista:

1. Franquicia. El concepto de producto o de merchandising está previamente definido. Los derechos territoriales se venden a los franquiciados. Los franquiciados reciben servicios de distribución y publicidad, según el contrato.
2. Directo del agente. Los minoristas autorizados llevan una cantidad limitada de líneas de productos suministrados por una cantidad limitada de proveedores. Se trata de artículos de gran consumo que necesitan un alto nivel de apoyo posventa.

3. Club de compras. Servicio de compras a los que es obligatorio pertenecer. Para los vendedores, representan una buena oportunidad para penetrar en ciertos mercados especiales o de experimentar con variaciones de sus productos.
4. Club de mayoristas. Dirigidos a compradores que se fijan mucho en el precio. Su superficie de piso de venta de más de 6,000 metros cuadrados. La selección de los productos es limitada y los clientes deben ser miembros del club.
5. Por correo/catálogo. Venta que no se realiza en piso de venta, sino por medio del catálogos que se envían a los posibles clientes. Normalmente tienen un centro de distribución para recibir los pedidos y enviarlos directamente al consumidor.
6. Minoristas de artículos de alimentación. Compran artículos enlatados y envasados de los fabricantes. Los centros de distribución agrupan los envíos para reducir la cantidad de camiones que reciben en el almacén. Normalmente se trata de líneas completas de artículos de alimentación, elementos de salud y belleza, etc.
7. Grandes almacenes. Estas tiendas ofrecen una amplia variedad de artículos con una profundidad de selección moderada. La mezcla normal de productos consiste en bienes de consumo corriente (ropa, alimentos) y duraderos (electrodomésticos, artículos deportivos).
8. Almacenes populares. Similares a los grandes almacenes en cuanto al tipo de artículos que ofrecen pero con una selección más amplia y a menor precio.
9. Tiendas especializadas. Ofrecen una línea determinada de artículos con gran profundidad de selección y precios comparables a los de los grandes almacenes.
10. Grandes superficies especializadas o eliminadores de categoría. Ofrecen una línea de artículos con gran profundidad de selección a precios de descuento. El piso de ventas puede ser entre 5,000 y los 10,000 metros cuadrados , el producto es enviado directamente del fabricante y suelen tener sus propios centros de acopio.
11. Tiendas de conveniencia. Pequeñas tiendas con elevados márgenes de utilidad que ofrecen una limitada selección de artículos corrientes de alimentación y otros de consumo frecuente. Tienen por lo general un amplio horario de servicio.
12. Hipermercados. Grandes tiendas de artículos de alimentación y generales, son de grandes dimensiones, superan los 10,000 metros cuadrados. Dedicán hasta el 75% de su área de venta a artículos generales y de consumo frecuente.

Formatos alternos de distribución:

a)Formatos Puerta a puerta.

1. Venta domiciliaria. Productos de alto margen de utilidades que requieren un alto grado de interacción con los clientes.
2. Rutinaria. Se emplea para compras rutinarias y continuadas que no necesitan reventa, el precio se establece de manera definitiva y se modifica de manera excepcional.
3. Venta en reunión. Semejante al formato individual en el punto de venta, esta modalidad lleva el producto a un grupo de personas para darles una demostración exhaustiva de la funcionalidad del producto.
4. Marketing multinivel. Los vendedores no sólo venden el producto, sino reclutan otros vendedores, conformando equipos de venta potenciados que dan al primer vendedor una comisión en sus operaciones. Generalmente son productos diferenciados con alto margen de utilidad.
5. Gestor independiente de lineales. Semejante al formato continuo, pero ampliado para proporcionar una variedad de servicios junto con el producto. El gestor es propietario del inventario y paga una comisión al mayorista a cambio del espacio en piso de venta.

b) Otros formatos de comercialización.

1. Tiendas electrónicas. Son sitios web que gracias a la tecnología y el internet dan al consumidor la posibilidad de realizar compras en línea, ya se en escaparates virtuales o tiendas interactivas,
2. Venta automática con máquinas expendedoras. El producto se prepara o se vende en máquinas dispuestas en lugares estratégicos que favorecen su consumo.
3. Televenta (telemarketing). Venta asistida por el uso de la computadora, internet o centrales telefónicas y espacios comerciales en televisión. Cuando el consumidor observa el anuncio del producto en televisión llama a una central telefónica donde ordena el envío del producto a su domicilio.
4. Correo (mailing). La promoción de los artículos se realiza por medio de correos destinados a los posibles clientes, acompañados con cupones de descuento y seguimiento telefónico.
5. Ferias y Exposiciones. Son organizadas por proveedores y clientes para concentrar una gama de productos de orden similar o complementarios en espacios de grandes dimensiones.

Con estos formatos de distribución existentes en EUA y la tecnología de última generación aplicada a la logística y tráfico internacional es posible pensar en la cantidad ilimitada de posibilidades que tienen los productos étnicos y de nostalgia para cubrir extensos territorios donde radican los migrantes mexicanos o consumidores que gustan de este tipo de productos y que no necesariamente están cerca de la frontera norte de México, incluso, el mercado de productos mexicanos étnicos y de nostalgia puede extenderse, no sólo en los EUA sino, al resto del mundo gracias al avance en cuestiones de medidas

arancelarias y no arancelarias al amparo de los Tratados de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN), Europa y Asia, y pensar en la creación de empresas mexicanas dedicadas a la distribución y comercialización de productos étnicos y de nostalgia no sólo en EUA, sino también en Canadá, Europa y Asia.

En los EUA ya se pueden encontrar algunos ejemplos documentados que dan cuenta de la preferencia que tienen el consumidor por los productos de nostalgia mexicanos sobre los productos norteamericanos y que actualmente se ofrecen en algunos canales formales de distribución.

El caso de Grupo Industrial Bimbo, constituye un buen ejemplo de cómo las empresas líderes en el mercado mexicano han ido en busca de los migrantes que salieron del país hacia los EUA a buscar oportunidades de empleo y desarrollo, Bimbo ha establecido la filial *Bimbo Bakeries USA*, que opera con 13 plantas y cuyas ventas cubren más de 22 estados en EUA, (Lombera, 2007) , Grupo Bimbo asegura que “los migrantes no olvidan sus raíces” en el marco del Foro denominado “Nuevas estrategias para llegar al consumidor” que tuvo lugar en la Universidad Panamericana en México, D.F., en donde se hizo referencia al rechazo que tuvo la nueva presentación de la Cajeta Coronado al cambiar su tradicional presentación de vidrio, argumentando que la Cajeta es un producto que a los migrantes les recuerda a México y lo quieren encontrar en la misma presentación que tenía en su país de origen.

Otro ejemplo del desplazamiento de productos de nostalgia mexicanos en los EUA es el de los refrescos o bebidas gaseosas publicado por Cason y Brooks (2002), como muchos otros productos, Coca-Cola Co, compite con los refrescos hechos en México, en este caso específico, el consumidor mexicano prefiere el sabor de la Coca-Cola endulzada con azúcar, resultado de la fermentación de la caña de azúcar, sobre la que está elaborada en EUA endulzada con alta fructuosa, resultado de la fermentación de maíz, seguramente por que el sabor de la primera le resulta más familiar debido a que todavía en México la mayoría de los productos industrializados sigue siendo endulzado con el derivado de la caña de azúcar.

Siguiendo con los ejemplos, cabe destacar el caso de Grupo Lorena, establecido en Jalisco, con dos plantas en México, y dueño de las marcas de dulces Crayón y Pelón Pelo Rico, que fabricado desde 1987 que se convirtió en marca líder del mercado de dulces enchilados de México, y a la cual Hershey's Foods Corporation (el mayor fabricante de confituras y productos de chocolate en EUA, con ingresos superiores a cuatro mil millones de dólares y más de 13 mil empleados en el mundo, comercializador de marcas como *Hershey's*, *Reese's*, *Kisses*, *Almond Joy*, *Jolly Rancher*, y *Bubble Yum*) compró en el año 2004 debido a la aceptación de la marca Pelón Pelo Rico en el mercado

hispano de EUA, y que durante el año 2003 alcanzó ventas por más de 30 millones de dólares. (Notimex, 2004).

Hershey's el líder fabricante y comercializador de chocolate, dulces y productos de leche saborizada, diversificó su portafolio de productos para los consumidores mexicanos con la compra de Pelón Pelo Rico al ser un producto de nostalgia para un nicho diferenciado de consumidores en los EUA que pretende abarcar tanto a adultos, adolescentes y jóvenes de las siguientes generaciones.

La estrategia de Hershey's buscó promover las marcas del Grupo Lorena entre los consumidores latinos, y aprovechar su habilidad para introducir productos nuevos de Hershey's al mercado hispano. Otra estrategia consistió en implementar puntos de venta en convenio con artistas de gran reconocimiento en el mercado hispano

Estos ejemplos, aunque breves, reflejan el poder que tiene el consumidor para generar oportunidades de mercado para las marcas que le son conocidas haciendo crecer su demanda real y por lo tanto su penetración en nichos de mercado altamente diferenciados. Así mismo, reflejan la creciente capacidad adquisitiva del mercado de origen mexicano en los EUA, lo cual es ya conocido y aprovechado por las grandes empresas transnacionales. No se debe olvidar que el mercado hispano de origen mexicano es considerado, por mucho, el más grande de los mercados de minoría étnica, este hecho es el que impulsó la compra del Banco Nacional de México (Banamex) por City Group (EUA) en mayo de 2001, precisamente para lograr captar la cartera hispano-mexicana en los EUA que se sentía identificada con la firma financiera mexicana.

Los ejemplos mencionados nos ayudan a ilustrar algunos productos de nostalgia, pero el reconocimiento y aceptación de éstos va más allá, hasta el punto en el que el mercado de la nostalgia se ha ido diversificando hasta rubros especializados en la prestación de servicios y el entretenimiento, como por ejemplo, las funciones de "Lucha Libre Mexicana" y los festejos de las "Fiestas Patrias" en las comunidades mexicanas más importantes en las ciudades de los EUA, lo que demuestra que el mercado de origen mexicano está generando sus propias tendencias y nichos de mercado potenciales.

#### **4.4. Perfil socio-demográfico del mercado mexicano de nostalgia en los EUA.**

Diversos autores destacan que a partir del año 2000 el perfil del migrante de origen mexicano en los Estados Unidos ha sufrido cambios importantes en cuanto a su perfil sociodemográfico, entre los cuales se destacan los siguientes:

De acuerdo a Nieves (2001) , los migrantes antes eran campesinos pobres, con primaria completa o incompleta principalmente hombres, con edades promedio de 30 años. La nueva migración reporta una significativa incorporación de jóvenes con edades promedio de 19 años y con escolaridad de 9. Este segmento juvenil en edad de trabajar representa un 40 por ciento aproximadamente del total de trabajadores mexicanos indocumentados en los EUA.

Se presenta un proceso de feminización de la migración, pues cada vez es mayor la cantidad de mujeres que emigra, aunque las estimaciones son variables. El 91.6 por ciento de los migrantes son hombres y el 8 por ciento son mujeres. La duración de la estancia es más prolongada. En la última década se han incorporado numerosos jóvenes provenientes de las zonas urbanas más pobres, especialmente de las zonas conurbadas de las ciudades de México, Monterrey, Guadalajara, Acapulco, Morelia y León, entre otras.

Ya en el año 2005 algunas empresas líderes dedicadas a la industria financiera y del entretenimiento mostraban un verdadero interés por plantear la importancia de un mercado hispano en los EUA en crecimiento pero con las limitaciones culturales que impedían su potenciación.

En el panel denominado *A Changing America: How Three Companies Are Catering to the Hispanic/Latino Growth Market* en el marco de la *Wharton Latin American Conference* de la Universidad de Pensilvania, en marzo de 2005, los directores comerciales de Citigroup, People en Español y Univisión, daban testimonio de los nuevos nichos de mercado hispano que se comenzaban a distinguir.

Se reconocía a tres grupos de consumidores hispanos en lo que se refiere a los servicios bancarios: al primer grupo hispano lo denominaron *Traditionals*, al cual pertenecen todos aquellos hispanos que han emigrado recientemente a los Estados Unidos y que permanecen en este país por un tiempo determinado, hablan solamente el idioma Español, prefieren vivir en vecindarios hispanos, de preferencia de su mismo origen y no utilizan los bancos ni los servicios que éstos ofrecen para el envío de remesas a sus países de origen.

El segundo grupo se denomina *Bi-Culturals*, son hispanos que llevan varios años viviendo en los Estados Unidos, se expresan adecuadamente en el idioma Inglés y utilizan el idioma Español con sus familiares y amigos cercanos del mismo origen étnico. Viven y aceptan los valores culturales de su país de origen y los del país en el que radican, tienen sus propias cuentas bancarias y tarjetas



de crédito, aunque no utilizan toda la gama de servicios financieros que les ofrecen estas instituciones.

Tanto los hispanos *Traditionals* como *Bi-Culturals*, tienen patrones de consumo muy peculiares, como lo es el pago generalizado de productos y servicios con efectivo, no utilizan tarjetas de débito o crédito y la información que obtienen de la gama y calidad de los servicios bancarios es generalmente de boca en boca (*Word of mouth*) por parte de los miembros de su comunidad.

El tercer grupo es llamado *Assimilated*, son hispanos que generalmente han vivido durante décadas en los Estados Unidos, hablan únicamente en el idioma Inglés, tienen un alto nivel educativo y, por lo tanto, económico y presentan patrones similares de uso de los servicios bancarios y financieros como el resto del mercado.

Es interesante conocer la clasificación que una institución financiera líder en los Estados Unidos ha dado a los hispanos con el propósito de generar estrategias que le permitan ofrecer productos adecuados a estos segmentos tan específicos de consumidores que representan en la actualidad una oportunidad real de crecimiento en sus operaciones.

Muestra de lo anterior son los productos *ad-hoc* ofrecidos por Citigroup a estos nichos de mercado a partir del año 2005, entre los cuales podemos mencionar el *Citigroup Bi-national Credit Card* o *Cross-border Credit Card*, la cual es una tarjeta de crédito contratada por un consumidor en los EUA, la cual le permite tener tarjetas adicionales del plástico para compartirlas con sus familiares en México y que es aceptada en la red de cajeros automáticos de Banamex y sucursales en todo el territorio nacional, aprovechando así la trayectoria que tiene esta subsidiaria de Citiguop en México.

Otro producto de Citigroup diseñado para capturar el envío de remesas desde los EUA hacia México es la *Tri-color Card*, que es esencialmente una tarjeta de débito que se adquiere por los familiares en México con un bajo costo de adquisición (el equivalente a \$2 dólares americanos) en la cual le son depositadas las remesas y también es aceptada en la red nacional de cajeros automáticos de Banamex.

Por su parte, la revista *People en Español*, destaca la forma en que esta firma descubre el potencial del mercado hispano y decide lanzar en 1998 la revista *People en Español* para abarcar a la población de origen hispano con publicaciones impresas 100% en Español para aquellos consumidores que no leen en el idioma Inglés o para quienes gustan de estar en contacto con su idioma materno.

La noticia que dio origen a la idea de esta publicación en Español fue el asesinato de la cantante de música tejana Selena en mayo de 1995, suceso por el cual se vendieron cuatro millones de ejemplares de la revista en idioma Inglés. De este modo, a partir de 1998 *People en Español* se publica con información dirigida especialmente al segmento hispano con figuras del espectáculo latino que han triunfado en los Estados Unidos o en sus países de procedencia y en la cual se publicitan las marcas que quieren mostrar una cara amigable y familiar para esta población. El español utilizado para esta publicación es el Español Colombiano por ser considerado la forma más genérica del Español entre los hispanoparlantes.

Un reto para la circulación de la revista fue la falta de credibilidad que la población hispana tiene en el servicio postal de sus países de origen, hecho que dificultó la distribución por medio de la suscripción y entrega en el domicilio del lector, lo cual obligó a la empresa a distribuir la revista en su etapa inicial en las áreas de caja o mostrador de las principales cadenas de autoservicio de ciudades como Los Ángeles, Nueva York y Miami.

Actualmente esta revista tiene la mayor circulación del mercado hispano de revistas de entretenimiento y busca diversificar los productos que ofrece a esta población hispana en crecimiento.

Finalmente, la cadena de televisión *Univision*, reconoció la importancia y crecimiento del mercado hispano en los Estados Unidos y la necesidad que tienen las empresas de comunicación de conocer sus características esenciales. *Univision* se ha convertido en la cadena de televisión más grande en contenidos en idioma Español de los EUA, y tiene un alcance estimado del 98% de la audiencia televisiva hispana.

Los estudios de mercado realizados por estas compañías mostraron el perfil general del mercado hispano con el que comparte una gran similitud el mercado de origen mexicano. Las características mencionadas por las tres firmas se pueden resumir en el siguiente cuadro:

**Cuadro 4.2.**  
**Perfil Psicodemográfico del Mercado Hispano en los Estados Unidos de América**

<b>EL MERCADO HISPANO EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Constituye la principal y más grande minoría étnica en los Estados Unidos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representa al 14 % de la población total de los Estados Unidos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 60% del mercado hispano es de origen mexicano.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las remesas que el mercado hispano envía a sus países de origen pueden llegar a 59 mil millones de dólares en un año.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El poder adquisitivo del mercado hispano se estima en 600 mil millones de dólares anuales.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La mayoría de las células sociales del mercado hispano son unifamiliares.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El uso de servicios bancarios y financieros se incrementa gradualmente en esta población y depende de su nivel de asimilación de la cultura, del tiempo de residencia en los Estados Unidos, de su nivel de educación y de ingreso.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La figura más importante en el la administración del gasto familiar es la madre.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las madres jefas de familia son la que tienen el mayor peso en la decisión de compra de productos de consumo básico, entretenimiento y servicios financieros, como seguros y créditos hipotecarios.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aumenta gradualmente el número de hogares hispanos que son poseedores de sus viviendas mediante el uso de créditos hipotecarios.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crece su importancia anualmente como compradores de vehículos nuevos mediante distintas formas de crédito.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La mayoría de los hogares mexicanos en los Estados Unidos cuentan con un sistema de televisión por cable y conexión inalámbrica a Internet.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por la *Wharton School* de la Universidad de Pensilvania en el foro *Latin American Conference* (2005).

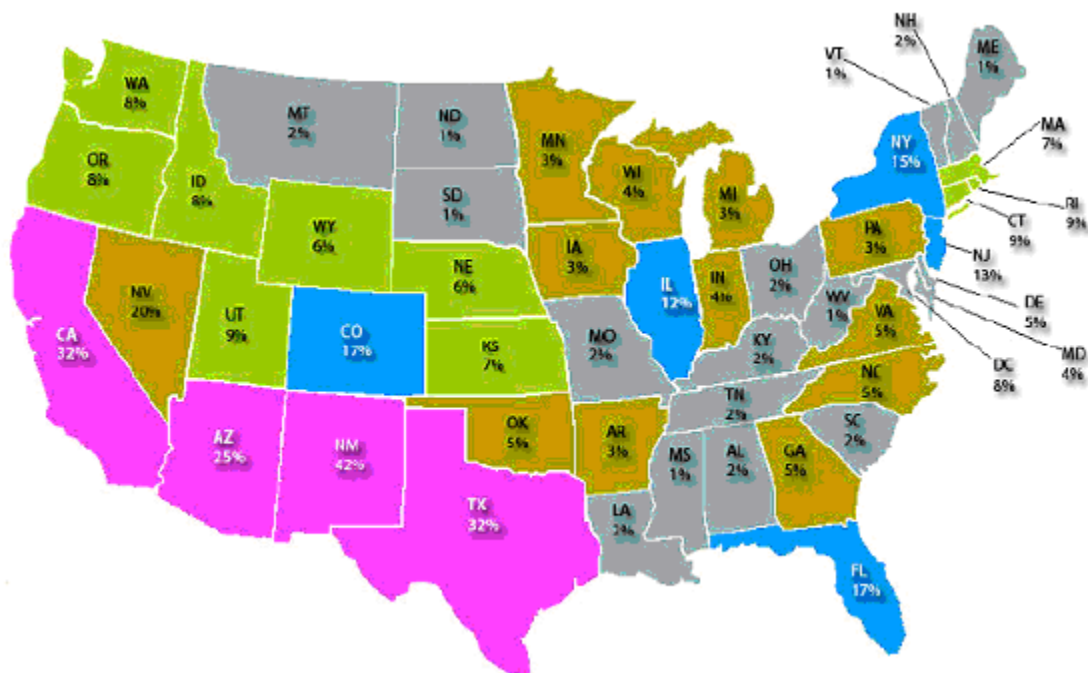
El reconocimiento que hicieron estas empresas líderes sobre la existencia de necesidades no cubiertas para el mercado hispano ha dado lugar a cambios significativos en la manera de ofrecer productos y servicios a los consumidores de las minorías étnicas en los Estados Unidos de América, hasta el punto en el que nos encontramos ahora en el que la industria está interesada en ofrecer productos multiculturales que utilizan los lazos de nostalgia a los que responden de manera positiva estos nichos de mercado.

Otro estudio de mercado de la Secretaría de Economía, realizado en el año 2005 a través del Fondo PYME y APROCEDE, A.C. denominado “Estudio del Mercado Hispano del Medio Oeste de los Estados Unidos” de Gerardo Nava Domínguez, señala de forma más específica el perfil psicodemográfico del

consumidor hispano en los Estados Unidos de Norteamérica, del cual se han extraído las que se consideran las características más significativas de este mercado:

La población de origen hispano, como se ha comentado en capítulos anteriores, se ha duplicado en más de 32 ciudades de los EUA, según el *US Census 2002* podría sobrepasar en número a la población afroamericana para el año 2025 para convertirse en la primera minoría étnica en este país.

**Figura 4.3. Latinoamericanos en los EUA como porcentaje de la población total por estado, 2000**

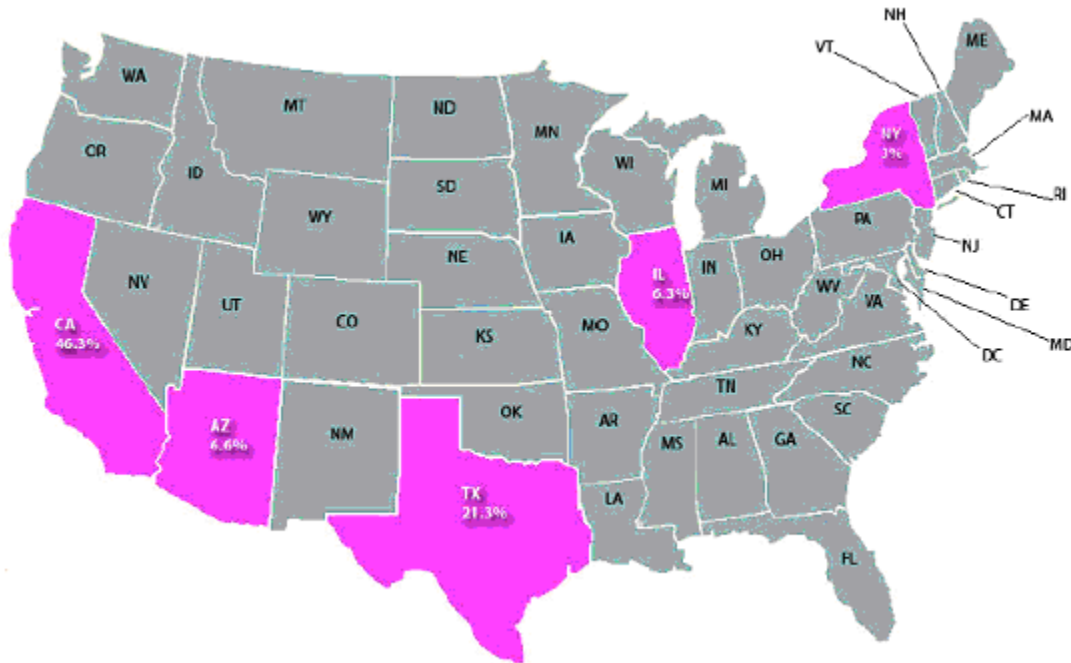


Fuente: Oficina del Censo de EUA , 2000

De acuerdo a la figura anterior, la población de origen latinoamericano en el año 2000 tiene una presencia significativa en los estados de California, Arizona, Texas, Illinois, Nuevo México y Nueva York respecto a la población total de cada estado.

Respecto a la población de origen mexicano identificados en estos mismos estados se confirma que representan al mayor porcentaje de las minorías étnicas por estado.

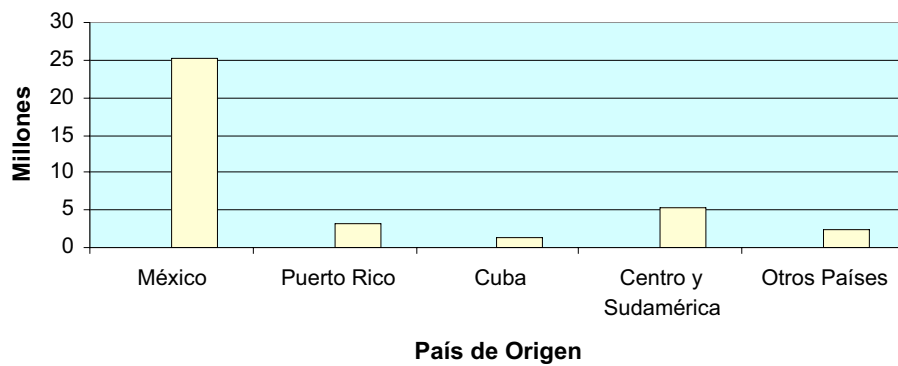
**Figura 4.4. Población de origen mexicano en los EUA como porcentaje de la población hispana por estados, 2000**



Fuente: Oficina del Censo de EUA, 2000

De este modo, y de acuerdo a la figura anterior, tenemos que en California el 46.3% de la población hispana es de origen mexicano, seguido por Texas con el 21.3%, Illinois con 6.3% y Nueva York con 3%.

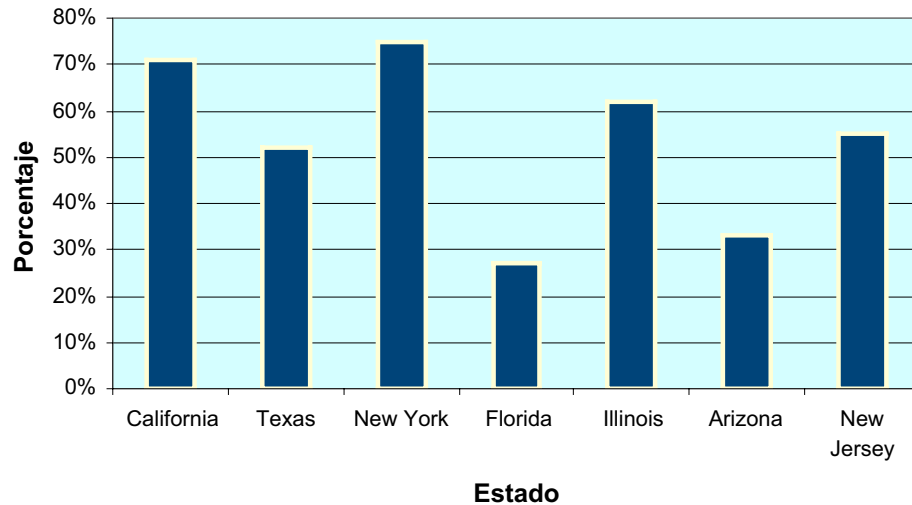
**Figura 4.5. Población Hispana por Origen: 2002**



Fuente: Oficina del Censo de EUA, 2000

Los estados que representan el mayor porcentaje de crecimiento poblacional de origen hispano según el Censo 2000 son, California, Nueva York, Illinois, New Jersey y Texas, estos cinco estados concentran el 78% de la población hispana.

**Figura 4.6. Estados de EUA con Mayor Crecimiento de Población Hispana (2000)**



Fuente: Oficina del Censo de EUA, 2000.

Como se aprecia en la figura anterior los estados de California, Nueva York e Illinois son los que podrían representar mercados con una mayor potencial y perspectiva de penetrar con productos de origen mexicano, entre los que se podría privilegiar aquellos del denominado mercado de nostalgia, por tratarse de mercados maduros que buscan diversificar la gama y variedad de los productos que consumen.

Al hablar específicamente del mercado mexicano en los EUA podríamos hablar de cerca de 25 millones de habitantes, en contraste con los centro y sudamericanos con sólo 5.3 millones de habitantes.

La población hispana se concentra en las áreas metropolitanas, por estar localizadas en sus áreas de desarrollo laboral y profesional, hecho que facilita la labor de distribución y comercialización de los productos de origen mexicano.

Según, la Secretaria de Economía (2005), una forma de visualizar el potencial del mercado hispano en los Estados Unidos es considerar el desenvolvimiento y los niveles de ingresos observados en los últimos años por este grupo, como lo muestra el cuadro siguiente:

**Cuadro 4.3. Ingreso medio anual por hogar 2000 (Dólares)**

**Ingreso Medio Anual por hogar 2000**  
(dólares)

	1980	1985	2000
Promedio Total Hispanos en EUA	14,172	19,900	33,980
Cubanos	18,245	24,400	40,760
Mexicanos	14,765	20,200	32,400
Puertorriqueños	10,734	14,200	30,300

Fuente: Secretaria de Economía, Aprocede, S.C. Estudio del Mercado Hispano, 2005.

El crecimiento del poder adquisitivo de los hispanos, comparado con el promedio de todos los Estados Unidos, es muy superior al observar una tasa anual del 7.5% en contraste con un 4.9% respectivamente.

**Cuadro 4.4. Estimado del Poder de Compra de las Minorías Étnicas en Millones de Dólares, EUA**

Año	Minorías en EUA	Minoría Hispana	Hispanos como % del Poder de Compra de las Minorías
2002	\$ 1,329	\$ 564	42.44%
2005	\$ 1,649	\$ 768	46.57%
2010	\$ 2,003	\$ 1,055	52.67%

Fuente: Secretaria de Economía, Aprocede, S.C. Estudio del Mercado Hispano, 2005.

Se estima que en el año 2002, el ingreso familiar de los hispanos, era de \$44,887 dólares y con la expectativa de un continuo crecimiento. De acuerdo al U. S. Census Bureau (2002) se puede observar la distribución del gasto de los consumidores hispanos, lo cual nos permite conocer con mayor exactitud los hábitos de compra de éstos, como se muestra en el siguiente cuadro.

**Cuadro 4.5.**



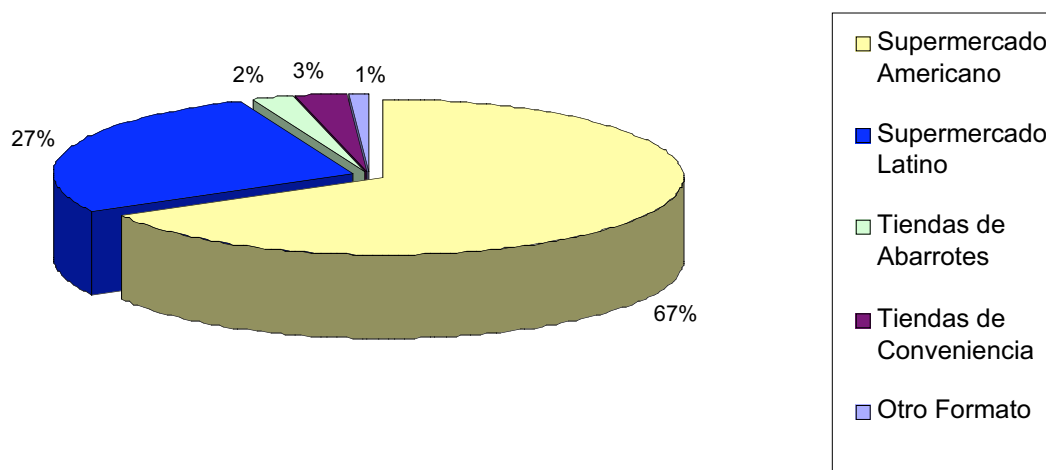
### Composición del Gasto Estimado de los Consumidores Hispanos en Diferentes Rubros.

Tipo de Gasto	Gasto Anual Dólares	%
Vivienda	\$ 9,907	33.8%
Transporte	\$ 5,585	19.0%
Alimentos	\$ 4,869	16.6%
Otros	\$ 8,972	30.6%
Total	\$ 29,333	100%

Fuente: Secretaria de Economía, Aprocede, S.C. Estudio del Mercado Hispano, 2005.

Los canales de distribución que son utilizados por el mercado hispano para realizar los gastos correspondientes al rubro de alimentos son los que se muestran la siguiente figura.

**Figura 4.7. Formatos de Compra de los Consumidores Mexicanos en EUA**



Fuente: Secretaria de Economía, Aprocede, S.C. Estudio del Mercado Hispano, 2005

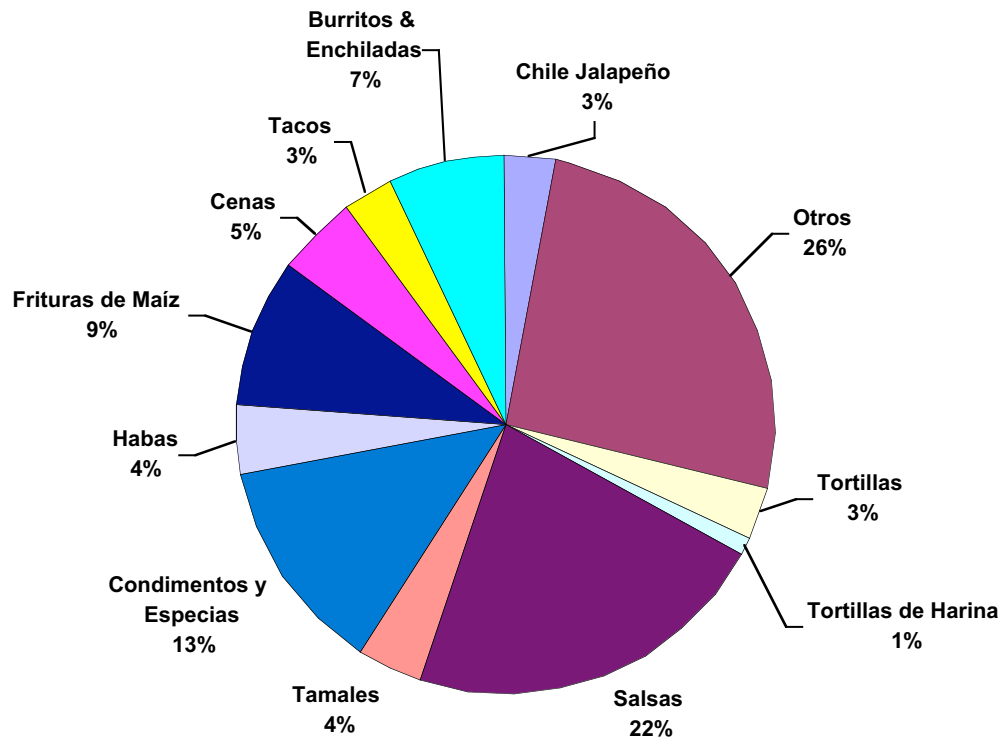
De esta manera, se observa como los hispanos, en particular los de múltiples generaciones ubicados en los EUA, adquieren sus artículos de consumo a su mayor parte (67%) de las grandes cadenas de supermercado de tipo norteamericano, las cuales comienzan a incluir alimentos de tipo “latino” dentro de sus mercancías. Sin embargo, también están presentes establecimientos alimenticios más enfocados a la población latina. Cubriendo el 29% de este mercado en este tipo de establecimientos de tipo étnico.

Por último, para profundizar en los patrones de consumo del mercado hispano, Secretaría de Economía (2005) anota que el 67% de estos consumidores deciden comprar cuando el producto tiene un precio razonable. La actitud del consumidor hispano respecto al precio es la siguiente:

- deciden comprar si el establecimiento tiene muchas ofertas
- deciden comprar si confían en los precios
- deciden comprar si el establecimiento a menudo tiene los precios más bajos del mercado.

El impacto y crecimiento del mercado hispano se puede identificar a partir de la serie de productos de origen latino, especialmente mexicana, que la industria alimenticia norteamericana esta produciendo en su territorio.

#### **Figura 4.8. Comida Mexicana Producida en EUA**



Fuente: Secretaria de Economía, Aprocede, S.C. Estudio del Mercado Hispano, 2005

Como lo muestra la figura anterior, el consumo hispano se encuentra muy diversificado entre productos que van desde las tortillas, enriquecidos de tortillas (burritos y enchiladas) y derivados de la tortilla, frijoles y distintas variedades de chiles.

Sin embargo, y a pesar de la diversidad de productos manufacturados en los EUA que se ofrecen a este mercado, el consumidor hispano prefiere los productos elaborados en México, por las siguientes razones:

- El sabor, que les recuerda a sus orígenes.
- El precio, que en general es menor al de los productos norteamericanos.

- La creciente y significativa influencia que están ejerciendo los hispanos dentro de la moda y la cultura de los EUA, la cual no solamente abarca los aspectos musicales, entre otros, sino también se refiere a la cultura culinaria, en donde está creciendo el gusto por la comida mexicana por parte del segmento anglosajón del país. Al respecto, existen datos sobre el crecimiento anual del 11% del mercado al menudeo de la comida mexicana.

Es importante señalar que los estilos de vida de la población hispana influyen notablemente en sus patrones de consumo, tal como sucede con los distintos segmentos que integran al mercado más grande del mundo, por lo tanto, para determinar de forma más precisa el perfil del mercado hispano se deben considerar las siguientes variables críticas:

- Visión sobre la cultura familiar
- Nivel de ingresos
- Curva de aprendizaje
- Edades de la población mexicana/americana
- Género de la población
- Ubicación regional
- Regiones de origen
- Apego o nostalgia por la cultura de origen.

A continuación se mostrarán datos sobre el incremento de esfuerzos publicitarios para los productos del mercado hispano en los Estados Unidos de Norteamérica para poder inferir en el mediano y largo plazo como se reflejará este esfuerzo específicamente en el mercado de nostalgia para los mexicanos radicados en el país vecino.

#### **4.5. La publicidad de los productos en el mercado hispano y los productos de nostalgia.**

La mercadotecnia como disciplina social se encarga del estudio de los mercados de consumo y de los intercambios que se generan en éstos. Para su estudio, la mercadotecnia se ha dividido en cuatro variables principales que componen la mezcla de mercadotecnia: Producto, Precio, Plaza y Promoción. La promoción cuenta con distintas herramientas, tales como la publicidad. Para O'Guinn (2004) la publicidad es un esfuerzo pagado, transmitido por medios masivos de información con el fin de persuadir. Así, la publicidad juega un factor clave para dar a conocer productos y genera sus ventas.

La publicidad como herramienta de la promoción es la encargada de generar la estrategia integral de comunicación de marca, mediante el desarrollo de la propuesta del mensaje publicitario, el plan de medios (tradicionales, alternos y de soporte) y su correcta coordinación e implementación con las demás subvariables que integran la promoción en la mezcla de mercadotecnia, como son: la promoción de ventas, la publicidad no pagada (*publicity*), las ventas personales, las relaciones públicas y la imagen corporativa.

El plan de medios debe considerar dentro del presupuesto establecido, el uso de los medios que mejor impacten al mercado objetivo. Los medios tradicionales son los que se conocen como medios masivos de comunicación, como son la televisión, la radio y los impresos (revistas, periódicos, volantes). Los medios alternos o no tradicionales son: los anuncios exteriores de gran formato o espectaculares, el material urbano, vallas y parabúses. Dentro de los medios alternos, existen también los medios interactivos que utilizan internet, la tecnología de la telefonía celular y dispositivos de transmisión de datos en diferentes formatos electrónicos. Los medios de soporte se integran por todas aquellas actividades encaminadas a la promoción de los productos en el piso de ventas, como activaciones, material POP (*Point of Purchase*), degustaciones, demostraciones, etc.

Por todo lo anterior, la publicidad empleada para dar a conocer los productos del mercado de la nostalgia mexicanos en los EUA deberá utilizar estrategias y presupuestos específicos para poder impactar al mercado objetivo en el menor tiempo.

El crecimiento potencial del mercado de nostalgia, en especial para el consumidor de origen hispano, bien valen los esfuerzos de las empresas multinacionales invertidos en la investigación de mercado que les permita un mejor conocimiento de los estilos de vida y hábitos de compra de este segmento. Dado que ya un número considerable de empresas ha reconocido el potencial del mercado de la nostalgia se ha sugerido por parte de asociaciones americanas de anunciantes y agencias publicitarias se reconsidere para los próximos años el valor de la inversión en medios publicitarios orientados a los consumidores hispanos, entre ellos los de origen mexicano.

De acuerdo a la información publicada en la página web de la *Association of Hispanic Advertising Agencies (AHAA)* a partir de su estudio "*The Right Spend: Setting Your Budgets to Best Reach the U.S. Hispanic Market*" en el año 2002, las industrias norteamericanas solo habían estado asignando un promedio de 3,2 por ciento de los recursos totales comerciales, de mercadeo y publicidad para dirigirse a los consumidores hispanos y apuntaba que:

Las características demográficas y los patrones de compra de los consumidores hispanos en categorías tales como remedios sin receta, productos para bebés, aparatos electrónicos personales y productos de aseo, belleza y cosméticos, hacen imprescindible que las corporaciones asignen entre 10 y 25 por ciento del total de sus recursos nacionales comerciales y de mercadeo al mercado hispano de habla hispana o bilingüe.

En categorías tales como restaurantes de servicio rápido, ropa, limpieza del hogar, despensas, cerveza, bebidas no alcohólicas, automóviles, enseres domésticos, telecomunicaciones, entretenimiento, viajes, información sobre la salud y servicios de protección, las corporaciones deberían asignar entre 7 y 13 por ciento del total de sus recursos nacionales comerciales y de mercadeo al mercado hispano de habla hispana o bilingüe.

En las categorías tales como inversiones financieras, computadoras y seguros, las corporaciones necesitan hacer aumentos más considerables de inversión de hasta 7 por ciento de sus recursos nacionales comerciales y de mercadeo al mercado por encima de sus gastos actuales.

Además de examinar los niveles de asignación del total de recursos nacionales comerciales y de mercadeo, las corporaciones deberían asignar aún más recursos sobre la base de la densidad demográfica específica de hispanos y las preferencias lingüísticas de los mercados hispanos clave, tales como Nueva York, Los Ángeles, Miami, Chicago, Phoenix y Houston. Por ejemplo, los fabricantes de cerveza y los proveedores de servicios inalámbricos deberían asignar 10% de su presupuesto total nacional de mercadeo a los hispanos de habla hispana o bilingües. A su vez, deberían asignar un tercio de sus recursos en el sur de California y la mitad de sus recursos en el sur de Florida para comunicarse localmente con los hispanos de habla hispana o bilingües.

Otros datos del estudio revelan que el mercado hispano es hoy uno de los mercados con más altas tasas de consumo en comparación con el mercado en general en los EUA.

Si bien, los productos de nostalgia todavía no son ampliamente reconocidos por la mayoría de las industrias norteamericanas, no cabe duda que en el mediano plazo se dedicarán esfuerzos especiales a los mercados de nostalgia en cuanto al valor de la inversión en su distribución, comercialización y publicidad, ya que poco a poco, las marcas que busquen mantener el liderazgo en su industria seguirán el ejemplo de aquellas pioneras que ya lo comenzaron a hacer como las que se mencionaron en este capítulo.

## **RECOMENDACIONES**

## RECOMENDACIONES

A partir del análisis de la información presentada se pretende recomendar un modelo de negocio que promueva y desarrolle el potencial del mercado de la nostalgia de productos mexicanos en los Estados Unidos de América.

### **Clubes, Asociaciones y Federaciones como canales de comunicación y distribución para las comunidades de origen mexicano.**

Es evidente que las organizaciones de comunidades de origen mexicano tienen una presencia reconocida y numerosa en las grandes ciudades de los EUA, así como una capacidad de organización y convocatorias que podría ser utilizada para fortalecer no sólo redes sociales de apoyo a comunidades de origen, sino también como redes de apoyo comercial para impulsar a los productos de nostalgia y étnicos de origen mexicano en su camino a la internacionalización y también para fortalecer la participación en el mercado hispano-mexicano de aquellas marcas, productos, servicios y empresas que reconocen la presencia, apoyan y simpatizan con el consumidor de origen mexicano en los EUA.

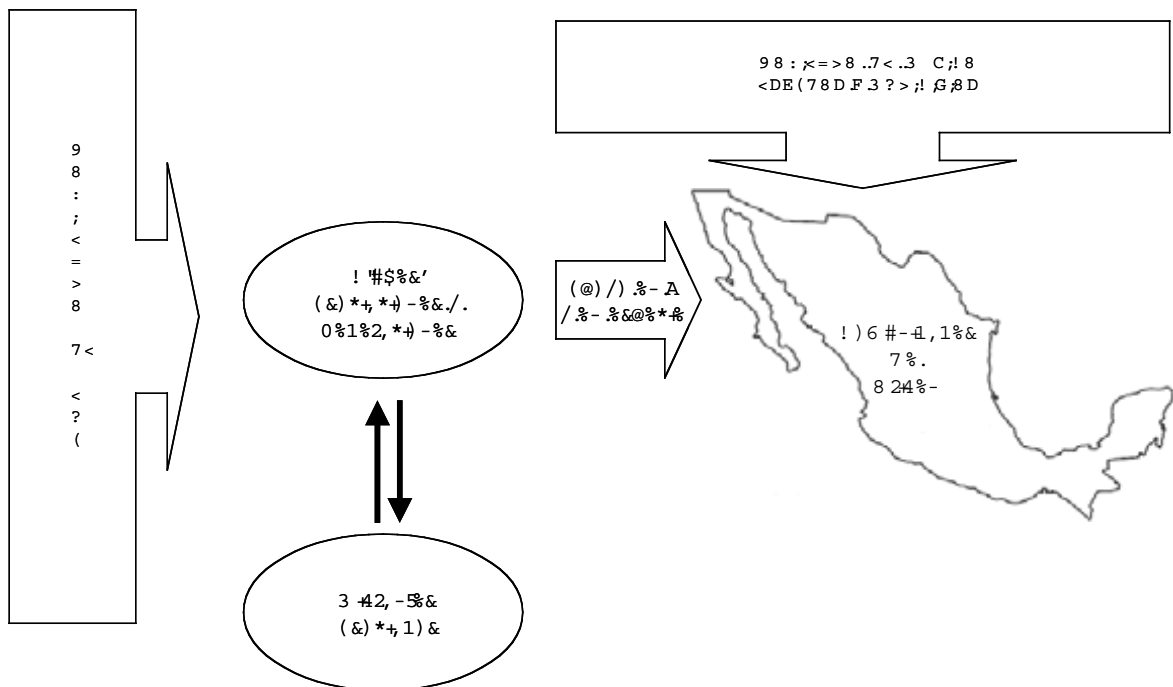
Los Clubes, Asociaciones y Federaciones tienen el conocimiento de las necesidades que demandan sus asociados, pueden conocer de primera mano, cuáles son los productos hacia los cuales nuestra comunidad migrante sigue teniendo lealtad y preferencia, incluso sobre las marcas y productos que se manejan comercialmente en aquel país.

Otro papel que podrían jugar los Clubes, Asociaciones y Federaciones es la promoción de marcas o productos de origen mexicano que intentan abrirse paso el gusto de los consumidores hispano-mexicanos. Las marcas o productos interesados en cubrir las necesidades específicas de los inmigrantes mexicanos en los EUA podrían fortalecer su presencia a través de varias estrategias como lo ejemplifica el esfuerzo realizado por la COFEM mencionado anteriormente, pero ampliando la presencia de las marcas, productos y servicios involucrándolas activamente como embajadoras en la canalización de recursos para ayudar a sus comunidades de origen.

La relación propuesta en esta investigación entre los clubes, asociaciones, federaciones, gobiernos y marcas, productos y servicios, sugiere que sean las marcas las que patrocinen la organización de eventos comerciales, culturales, sociales y deportivos para las comunidades de origen mexicano, generando en éstas la percepción real de que estas marcas o productos simpatizan y reconocen el poder de compra del consumidor de origen mexicano y además lo apoyan en su integración cultural, social y económica en los EUA y sirven como canales de apoyo a sus comunidades de origen.



**Figura R.1. Esquema actual del papel de los clubes, asociaciones y federaciones como apoyo a los migrantes y a sus comunidades de origen.**

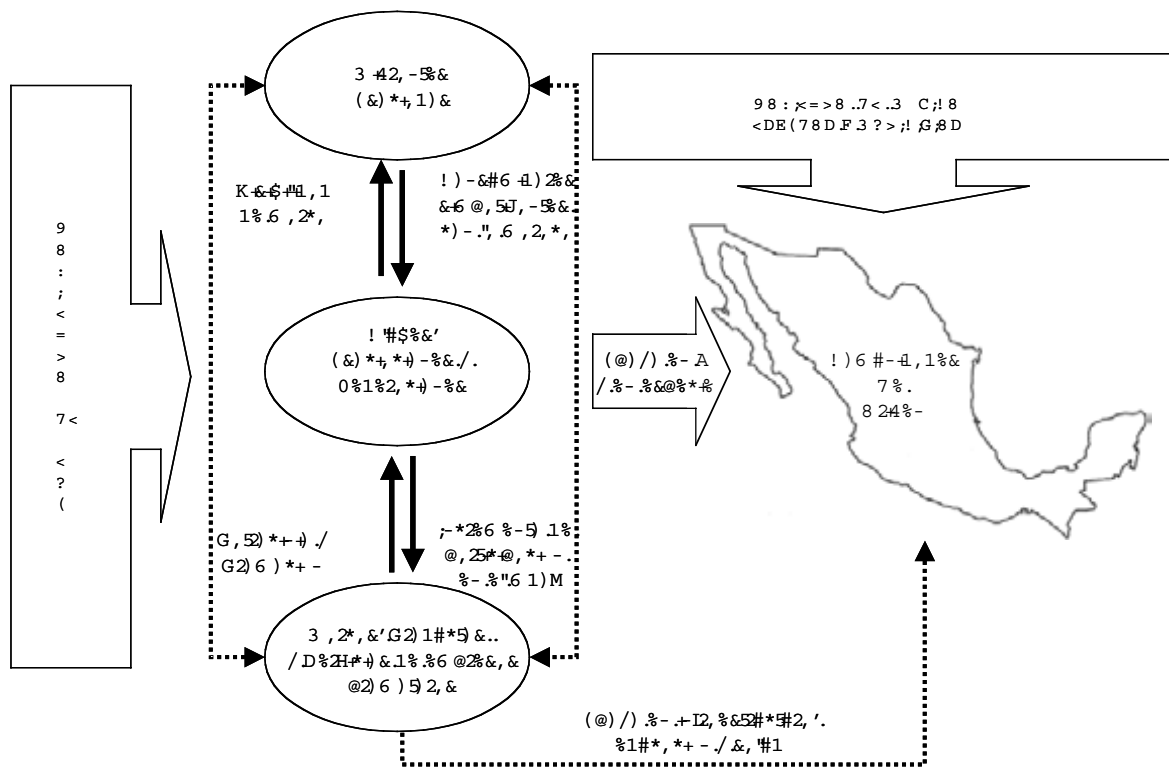


Fuente: Elaboración propia

En la figura anterior se muestra la relación que existe entre los gobiernos de los EUA y los estados y municipios mexicanos para dar apoyo a los migrantes que residen en los EUA. Los Clubes, Asociaciones y Federaciones son contactados por los condados de los estados en EUA para organizar a las comunidades en las campañas de salud pública, alfabetización, eventos culturales y artísticos. Eventualmente sirven como promotoras de algunas actividades comerciales que involucran a empresas mexicanas como estadounidenses para dar a conocer a la comunidad migrante productos y servicios. Como se mencionó anteriormente, su papel principal consiste en integrar a la comunidad mexicana residente y a los recién llegados a la actividad económica de los EUA y en ser el vínculo entre los gobiernos estatales y municipales en México para apoyar a sus familias que permanecieron en sus lugares de origen. Generalmente, las comunidades de origen reciben apoyo económico para la construcción o

reconstrucción de escuelas, hospitales o centros religiosos. Es por esta razón que los miembros asociados a los clubes y federaciones participan activamente en los eventos que organizan éstos en las ciudades de acogida.

**Figura R.2. Esquema propuesto del papel de los clubes, asociaciones, federaciones y empresas-marcas para el fortalecimiento del mercado de nostalgia.**



Fuente: Elaboración Propia

En esta propuesta, sigue existiendo el esquema actual de ayuda, pero se incorpora activamente el papel de las empresas, productos, marcas y servicios que están interesadas en generar una visibilidad de marca con las comunidades organizadas de origen mexicano patrocinando actividades de salud pública, culturales, deportivas y recreativas; generando de esta manera la simpatía y el reconocimiento de estos nichos de mercado, y gradualmente, la preferencia en el consumo de estas marcas, productos y servicios. Resulta necesario para lograr lo anterior, que las empresas interesadas en abarcar nichos del mercado mexicano de nostalgia inviertan en la publicidad y promoción de sus productos

en el idioma Español, así como en investigaciones de mercado que le ayuden a conocer los gustos, patrones y tendencias de este mercado en crecimiento. Logrando el aumento del porcentaje de participación en el mercado en EUA, gracias al consumo del mercado de nostalgia hispano-mexicano, las marcas, productos y servicios podrán manejar programas de lealtad con este mercado que les permita mantenerse en su preferencia y otorgando apoyo en especie a sus comunidades de origen mexicano en becas educativas, infraestructura para fortalecer las actividades científicas, deportivas y culturales en comunidades con alto índice de expulsión, disminuyendo de alguna manera la cantidad de flujo migratorio a los EUA.

En esta propuesta se crea una nueva dinámica entre los clubes, asociaciones y federaciones, los asociados y las marcas-productos que hasta el momento no existe por falta de iniciativa de los primeros para contactar con las marcas-productos ofreciendo el potencial de compra de sus asociados, en primer lugar, y en el resto de los miembros de la comunidad de migrantes en los EUA y en México. Los clubes, asociaciones y federaciones deberán fungir en este esquema como el canal de comunicación y enlace entre las marcas-empresas, los asociados y los gobiernos de los EUA y México, al ser ya reconocidos formalmente como grupos organizados con un poder social, económico y político único en ambos territorios.

El gobierno de los EUA mantiene su presencia ofreciendo el apoyo a los Clubes, Asociaciones y Federaciones en los proyectos de inclusión social, salud pública y pro-multiculturalismo, en las ciudades con mayor presencia de la población de origen mexicano.

El gobierno Mexicano federal, estatal y municipal mantiene también su participación como canal y facilitador en la legalización de los flujos de efectivo y ayuda en especie a las comunidades de origen.

En resumen, el esquema propuesto no impone cambios radicales en la participación de los distintos actores involucrados en el mercado de la nostalgia mexicano, pero si genera entre ellos una interacción coordinada con objetivos bien establecidos en donde cada una de las partes se beneficia con el intercambio de los insumos que posee en beneficio del fortalecimiento comercial y de negocios que es básicamente el motor de los vínculos empresariales internacionales.

Para lograr lo anterior en el mediano plazo y con los mejores resultados, se proponen una serie de iniciativas enfocadas a la publicidad y promoción de estos productos que genere una diferenciación clara hacia el nicho de mercado al cual va dirigido el esfuerzo publicitario.

## **Actividades de Publicidad orientadas a fortalecer la presencia de las marcas, productos, servicios y empresas del mercado de nostalgia en los EUA.**

Para incrementar la visibilidad de la marcas, productos y servicios, y el incremento en los porcentajes de participación del mercado de éstos en las comunidades de origen mexicano en los EUA se siguieren algunas actividades de publicidad y promoción, las cuales se detallan a continuación:

Es necesario que en el Plan Estratégico de Mercadotecnia de las compañías se incluya como una unidad de negocios separada el mercado de nostalgia, de tal forma que se genere una partida presupuestal específica para éste y que, de igual modo, las estrategias que se generen de este plan estén orientados específicamente a la diferenciación y desarrollo del mercado de nostalgia hispano-mexicano.

El plan de desarrollo del mercado hispano-mexicano de nostalgia deberá plantearse en el mediano y largo plazo para comenzar a identificar sus características y dimensiones reales. Las empresas deberán evaluar el potencial de este mercado contra el potencial de otros mercados de minorías étnicas y determinar el alcance de los esfuerzos presupuestales destinados a cada uno, ya que se requiere la inversión de recursos comerciales, de mercadeo y publicidad orientados específicamente a cada nicho de mercado diferenciado, como lo son los estos de las minorías étnicas.

La investigación de mercados será un factor fundamental para orientar los esfuerzos de las empresas al incursionar en el mercado de la nostalgia hispano-mexicano, ya que sólo a través de ésta, es posible identificar las verdaderas tendencias, patrones y hábitos de consumo de este consumidor, así también servirá como plataforma de innovación y desarrollo de productos y servicios nuevos específicos para el mercado de origen mexicano y por último, se podrán identificar necesidades que no han sido cubiertas por las marcas y productos actuales.

El plan de medios deberá contener, de cuerdo a su presupuesto, las estrategias de publicidad y promoción con las que se pretende lograr el impacto deseado en el consumidor del mercado de nostalgia al que nos referimos.

Se deberán seleccionar los medios masivos y alternos con los que el consumidor se relaciona más y a los que, efectivamente, está expuesto en su hogar, ambiente laboral y exteriores. Es importante considerar los medios masivos tradicionales , pero también aquellos medios alternos que están teniendo gran impacto, como los exteriores o espectaculares y el mobiliario

urbano, correo directo y no olvidar los medios interactivos, como *internet*, *chat*, celulares, redes sociales virtuales (*blogs*), etc.

Las estrategias de gestión de relaciones con los clientes (CRM, *Customer Relationship Management*) deberán orientarse hacia el logro de posicionamiento de la marca en el mercado de nostalgia por medio de programas de lealtad acordes a sus características específicas, las cuales deberán obtenerse de las investigaciones de mercado ya mencionadas.

Las estrategias de mercadeo y las promociones en el punto de venta, también deberán orientarse específicamente a los gustos del consumidor hispano-mexicano, utilizando promotores, demostradores y degustadores bilingües en las activaciones en el punto de venta, además de contar con empleados con dominio del idioma Español en los establecimientos que prestan servicios a las comunidades de origen mexicano, por último, los materiales POP (*Point of Purchase*) también deberán presentarse en ambos idiomas.

Dentro de las estrategias de comunicación también se sugiere el uso de ambos idiomas (Inglés-Español) para evidenciar el reconocimiento que tiene la empresa hacia los orígenes de este mercado, sobre todo, en el uso de los medios masivos como la televisión, el radio y los materiales impresos. En cada ciudad se deberán identificar las señales televisivas y de radio, así como los medios impresos (revistas y periódicos) cuya audiencia corresponde al nicho de mercado de nostalgia mexicano, ya que éstos serán un canal familiar y adecuado con el que este consumidor se siente identificado con anterioridad.

Es importante considerar que, independientemente de que los productos y servicios de las empresas estén orientados al mercado hispano-mexicano en los EUA, es conveniente que en los empaques e instrucciones de los productos, nuevamente se de lugar al uso del idioma Inglés y Español y en el caso de los servicios, como el de comida, impresión de menús en ambos idiomas.

El patrocinio de las marcas deberá orientarse a las actividades sociales, culturales, artísticas, recreativas, deportivas de las comunidades de origen mexicano en celebraciones de gran tradición como: Día de la madre, Independencia y Revolución Mexicana, Día de Muertos, etc. y buscar desarrollar otro tipo de eventos en los cuales se pueda lograr la participación de la comunidad de origen mexicano y la marca patrocinadora, como maratones, caminatas, festivales, desfiles, etc. También deberán organizarse, en conjunto con otras marcas y productos, actividades comerciales, como Ferias y Exposiciones en las que la convocatoria se lleve a cabo a través de los clubes, asociaciones y federaciones de comunidades de origen mexicano.

Ante el potencial del mercado de nostalgia mexicano, las marcas y productos deberán evaluar la elaboración de convenios para el uso de embajadores de

marca de origen mexicano identificados como íconos de éxito y logro en los EUA, como artistas, deportistas e intelectuales.

Con estas recomendaciones expuestas anteriormente se pretende, solamente, dar ideas de forma enunciativa, más no limitativa de las actividades y estrategias publicitarias que las empresas pueden considerar para incursionar en este modelo de negocio especializado, como el mercado de nostalgia de productos mexicanos para los EUA.

## **CONCLUSIONES**

## CONCLUSIONES

El fenómeno migratorio sur-norte en nuestra región ha generado fuertes impactos a nivel económico, político y social para nuestro país, y dada la situación financiera actual a nivel internacional, este fenómeno deberá ser abordado con políticas integrales e incluyentes a nivel regional. Los Estados Unidos de América y los países latinoamericanos, incluyendo a México, deberán unir esfuerzos para lograr que los efectos de la migración resulten en beneficios más que conflictos como los que se viven actualmente.

México, como parte medular de los flujos migratorios de la región latinoamericana, no ha sido eficiente en la formulación de acuerdos regionales que fomenten el desarrollo de políticas claras, flexibles e innovadoras sobre flujos migratorios y comerciales que permitan el fortalecimiento armónico y sostenido de nuestras economías.

México ha sido uno de los principales protagonistas en la migración sur-norte de América Latina hacia los Estados Unidos de América, sobre todo, a partir de 1964 cuando el gobierno mexicano formalizó el Programa Bracero, y por ello, el tiempo prolongado de esta movilidad migratoria ha modificado fuertemente el tejido social de grandes regiones expulsoras de migrantes, por lo tanto, es conveniente encontrar como sociedad y gobierno estrategias para incorporar a cadenas comerciales y productivas a los migrantes y a sus familias en México, a través de la unión de esfuerzos entre las comunidades organizadas del otro lado de nuestras fronteras y las comunidades mexicanas de origen como se ha mencionado en este trabajo, escenario que no será posible mientras que el acuerdo para una reforma migratoria integral no sea un asunto prioritario para los gobiernos de México y EUA, además, es necesario considerar al fenómeno migratorio en América Latina como un fenómeno regional en la que todos los participantes deben aportar soluciones orientadas hacia la generación de condiciones de no expulsión de migrantes en sus propias economías, además de implementar de programas regionales que permitan el control y legalización de los flujos migratorios existentes.

Por otro lado, y abordando el tema del surgimiento de nuevos mercados a partir del fenómeno de la migración hacia los EUA, en el caso específico México-EUA, es un hecho que gracias al Tratado de Libre Comercio con América del Norte (TLCAN) ha sido posible introducir al mercado norteamericano productos mexicanos de calidad y con alto nivel de reconocimiento por parte del consumidor, esta tendencia exportadora de productos de origen mexicano debe fortalecerse en el mediano y largo plazo por medio de la intervención de los Clubes, Asociaciones y Federaciones Mexicanas que están operando en los EUA actualmente y que son reconocidas por este gobierno como interlocutoras oficiales entre los migrantes y sus distintos organismos gubernamentales.



El mercado de la nostalgia comienza ya a atraer el interés de amplios sectores industriales y comerciales norteamericanos debido al número de habitantes de origen mexicano radicado en los EUA, sin importar su status migratorio, ya que el simple hecho de establecerse temporal o permanentemente en este territorio los convierte en consumidores de bienes y servicios, y dado el tamaño que presenta esta población, compañías trasnacionales valoran como consumidores potenciales a esta que se ha convertido en la segunda minoría étnica y por lo tanto, importante en cuanto a su poder de compra.

Es claro, que la tendencia que se presenta es que las marcas, productos y servicios busquen incrementar su porcentaje de participación en el mercado de origen hispano-mexicano, par lo cual será de suma importancia que:

1. Se inviertan recursos en la investigación de mercados para identificar los gustos, los patrones de consumo, las tendencias y las necesidades específicas de esta población hispano-mexicana.
2. La industria en EUA se oriente a la satisfacción de necesidades del mercado hispano-mexicano tomando en cuenta la oportunidad que éste brinda para fortalecer su reconocimiento y participación también en las comunidades de origen en México.
3. En los planes de mercadotecnia y ventas se establezcan estrategias de mercado, distribución, promoción y publicidad diferenciadas para este consumidor específico del mercado de nostalgia.

El mercado de la nostalgia mexicano constituye una buena oportunidad para que la micro, pequeña y mediana empresa participen en la fabricación, comercialización y distribución de estos productos. Se puede asegurar que hay factores de tipo cultural ligados a la reivindicación de identidad y origen étnico que representan una ventaja comparativa par los productos hechos en México respecto a su competencia norteamericana, factor que debe ser aprovechado por la pequeña y mediana empresa mexicana.

El desarrollo del mercado de la nostalgia mexicano en los EUA constituye la oportunidad de que la segunda minoría étnica se posicione como un mercado con los mayores niveles en la tasa de consumo y que esto se traduzca en beneficios concretos en la calidad de vida del migrante y su reconocimiento, no sólo como fuerza productiva y laboral, sino como consumidores importantes para el mercado de alimentos, productos procesados, de higiene personal, belleza , financiero, farmacéutico, etc.

La multiculturalidad debe representar una factor de desarrollo para todos aquellos productos que cubran con las característica que exige el mercado global y marcar la pauta distintiva para la industria nacional.

El mercado de nostalgia puede extenderse con éxito al rubro de los servicios ya que éste tiene elementos distintivos de índole cultural y étnico que son altamente valorados por el consumidor hispano-mexicano.

En cuanto al papel que desempeña el gobierno mexicano en el desarrollo y fortalecimiento del mercado de la nostalgia mexicano en los EUA, es necesario que se logren acuerdos binacionales que aclaren en rumbo de la política migratoria en los próximos años, como se mencionó anteriormente, pero igual de importante resultará la regulación y apertura hacia el flujo de productos y servicios entre ambos países, haciendo que los beneficios amparados bajo el TLCAN para México se lleven a cabo en tiempo y forma.

Es prioritario también que el gobierno mexicano apoye a los productores y distribuidores mexicanos, micro, pequeños y medianos con programas de apoyo financiero y logístico para que sus productos de nostalgia puedan llegar al mercado de los EUA que los demandan.

Es importante que los productores mexicanos que puedan insertarse al mercado de la nostalgia en los EUA observen cuidadosamente las reglamentaciones en cuestiones fitosanitarias que impone éste país a los productos importados. Así como el conocimiento de los canales de distribución en las regiones norteamericanas donde se pretende hacer llegar los productos del mercado de la nostalgia, para que éstos puedan competir en precio y calidad en el mercado de los EUA. Los productores mexicanos pueden apoyarse en las investigaciones realizadas por la Secretaría de Economía, Bancomext, CEPAL y CONAPO para detectar las regiones en los EUA en que son demandados los productos de nostalgia.

En el modelo propuesto en esta investigación para fortalecer el mercado de nostalgia, la intervención de los clubes, asociaciones federaciones de las comunidades de origen juega un papel prioritario, ya que éstas servirán:

1. Para identificar y establecer los mejores canales de distribución y comercialización de los productos.
2. Como canales de comunicación entre las marcas, productos y empresas y las comunidades de origen mexicano.
3. Como promotoras de las marcas, productos y empresas entre sus asociados.
4. Como fuente de información sobre las tendencias en los gustos y hábitos de compra de sus asociados, e incluso, influir en éstos.

Por último, con el crecimiento y consolidación del mercado de la nostalgia en los EUA será posible posicionar el poder de compra del mercado hispano, pero principalmente el mexicano, lo cual resultará, en primer lugar, en el

reconocimiento de nuestro migrante como un motor de desarrollo de la economía norteamericana y en segundo, en la dignificación del trabajador mexicano en esta lucha de sobrevivencia que implica la migración, a la cual le obligan los ideales de todo ser humano de alcanzar mejores niveles de vida y bienestar.

## **ANEXOS**

## Anexo 1

### Remesas de trabajadores migrantes por regiones, según su nivel de desarrollo, áreas geográficas y países seleccionados, 2000 y 2004

Regiones del mundo, áreas geográficas y países seleccionado	Remesas					
	Total <sup>1</sup> (Millones de dólares)		Distribución porcentual		Porcentaje respecto al Producto Interno Bruto	
	2000	2004	2000	2004	2000	2004
<b>Regiones del mundo</b>	62 239	225 810	100.0	100.0	0.2	1.0
Regiones más desarrolladas <sup>2</sup>	12 535	80 803	20.1	35.8	0.1	---
Regiones menos desarrolladas <sup>3</sup>	49 704	145 007	79.9	64.2	0.7	2.0
<b>Áreas geográficas</b>	62 239	225 810	100.0	100.0		1.0
África	8 755	19 155	14.1	8.5	1.6	
Asia	24 205	85 854	38.9	38.0	0.3	1.0
Europa	11 854	72 958	19.0	32.3	0.1	1.0
América Latina y el Caribe	17 131	40 770	27.5	18.1	0.8	2.0
América del norte	---	---	---	---	---	---
Oceanía	293	4 032	0.5	1.8	0.1	1.0
<b>Principales países que reciben remesas por trabajo</b>	62 239	225 810	100.0	100.0		
Subtotal	41 988	81 954	67.5	36.3		
India	9 034	21 727	14.5	9.6	1.9	3.0
México	6 572	18 143	10.6	8.0	1.1	3.0
España	3 417	6 859	5.5	3.0	0.6	1.0
Portugal	3 179	3 212	5.1	1.4	3.0	2.0
Egipto	2 852	3 341	4.6	1.5	3.1	4.0
Marruecos	2 161	4 218	3.5	1.9	6.6	8.0
Bangladesh	1 958	3 372	3.1	1.5	3.9	5.0
El Salvador	1 751	2 564	2.8	1.1	13.3	16.0
República Dominicana	1 689	2 471	2.7	1.1	6.8	10.0
Jordania	1 664	2 287	2.7	1.0	22.5	21.0
Grecia	1 613	1 242	2.6	0.6	1.4	1.0
Colombia	1 578	3 190	2.5	1.4	1.9	3.0
Ecuador	1 317	1 604	2.1	0.7	9.6	5.0
Nigeria	1 301	2 751	2.1	1.2	5.0	4.0
Brasil	1 113	3 575	1.8	1.6	0.2	1.0
Jamaica	789	1 398	1.3	0.6	10.9	16.0
Otros	20 251	143 856	32.5	63.7		

Notas: 1/ Para los países sin datos, se han hecho las estimaciones, que se incluyen en los totales regionales y del mundo, pero que no se muestran para los países referidos.

2/ Incluye: Europa y América del Norte, Australia, Nueva Zelanda y Japón.

3/ Incluye: África, Asia (excluyen a Japón), América Latina y el Caribe, la región de Melanesia, Micronesia y Polinesia.

Fuente: Estimaciones de CONAPO con base en United Nations, *International Migration Report 2002*, New York, 2002; e, *International Migration Report 2006*, United Nations Publication, Sales No. E.06. XIII.6.

## Anexo 2

### Migración a Estados Unidos por características sociodemográficas, según migrantes de retorno y migrantes a Estados Unidos durante el quinquenio, 1997-2002

Características sociodemográficas	Migrantes de retorno de Estados Unidos, 1997-2002 <sup>1</sup>	Total	Migrantes del quinquenio a Estados Unidos, 1997-2002 <sup>2</sup>	
			Migrantes circulares a Estados Unidos, 1997-2002 <sup>3</sup>	Migrantes que no retornaron de Estados Unidos, 1997-2002 <sup>4</sup>
<b>Absolutos</b>	344 241	2 474 222	951 101	1 523 121
<b>Relativos por renglón</b>		100.0	38.4	61.6
<b>Sexo</b>	100.0	100.0	100.0	100.0
Hombres	73.2	81.3	83.4	80.0
Mujeres	26.8	18.7	16.6	20.0
<b>Grupos de edad</b>	100.0	100.0	100.0	100.0
De 0 a 11 años <sup>5</sup>	2.6	2.8	4.0	2.2
De 12 a 19 años	5.6	20.3	11.4	25.3
De 20 a 24 años	17.4	24.2	18.8	27.2
De 25 a 29 años	15.5	15.9	17.6	14.9
De 30 a 34 años	13.9	11.1	15.5	8.5
De 35 a 39 años	15.3	9.5	11.2	8.5
De 40 a 44 años	9.0	6.2	8.1	5.1
De 45 a 49 años	6.1	3.8	4.7	3.2
De 50 años o más	14.6	6.4	8.7	5.0
<b>Región de residencia <sup>6</sup></b>	100.0	100.0	100.0	100.0
Tradicional	56.3	53.5	57.8	50.9
Norte	23.7	15.3	19.7	12.5
Centro	16.7	18.3	15.7	19.9
Sur-Sureste	3.3	12.9	6.8	16.7

Notas: 1/ Población de 5 años o más, nacida en México que en 1997 vivía en Estados Unidos y para 2002 ya residía en México.

2/ Población que se fue a vivir a Estados Unidos entre 1997 y 2002, y para 2002 se encontró residiendo en México o Estados Unidos.

3/ Población que se fue a vivir a Estados Unidos entre 1997 y 2002, y para 2002 se encontró residiendo en México.

4/ Población que se fue a vivir a Estados Unidos entre 1997 y 2002, y para 2002 se encontró residiendo en Estados Unidos.

5/ Para los migrantes de retorno de Estados Unidos, este grupo comprende sólo a los de 5 a 11 años.

6/ La región Tradicional comprende: Aguascalientes, Colima, Durango, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, San Luis Potosí y Zacatecas; la Norte: Baja California, Baja California Sur, Coahuila, Chihuahua, Nuevo León, Sinaloa, Sonora y Tamaulipas; la Centro: Distrito Federal, Hidalgo, México, Morelos, Puebla, Querétaro y Tlaxcala; y la Sur-Sureste: Campeche, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

Fuente: Estimaciones de CONAPO con base en INEGI, *Encuesta Nacional de Empleo* (ENE) módulo sobre migración, 2002.

### Anexo 3

#### Listado de marcas mexicanas que se venden en los Estados Unidos de América.

Ariel	La Costeña
Alpura	Lirio
Bimbo	Maseca
Bionature	Maestro Limpio
Corona	Marinela
Chata	Modelo
Cholula Hot Sauce	Negra Modelo
Downy	Pelón Pelo Rico
Dulces Vero	Roma
D'gari	Sangría Señorial
Fabuloso	Sidral Mundet
Foca	Suavitel
Gruma	Tía Rosa
Herdez	Tuny tuna
Ibarra	Vel Rosita
Jarritos	

#### Productos y marcas mexicanas que se ofrecen *on line* para su distribución en el mercado hispano de EUA.

Abuelita	De la Rosa
Ariel	Del Fuerte
Avena 1	Del Monte
Benny	Jugos del Valle
Bimbo	D'Gari
Boing	Dolores
Bubbaloo	Doña María
Búfalo	Downy
Caballitos	Duvalin
Calahua	El mexicano
Calmex	El molino
Canle's	Fabuloso
Cañita	Foca
Carlos V	Gamesa
Choco Milk	Grisi
Corona Real	Herdez
Coronado	Ibarra

Jarritos  
Jumex  
La Costeña  
La Lechera  
La Moderna  
Maggi  
Marinela  
BB Fresko  
Maseca  
Nescafé  
Nestlé  
Peñafiel  
Sangría Señorial  
Sidral Mundet  
Suavitel  
Zote  
Ricolino  
Sabritas  
Sonrics

Fuentes:

<http://novamex.com/products.sstg>

<http://bimbobakeriesusa.com>

<http://mexgrocer.com/brand.html>

<http://mexicogroceries.com/product.html>

<http://gmodelo.com/index-4.asp?go=norteamerica>

<http://lacostena.com.mx/distribucion.html>

[http://gruma.com/vESp/NuestrasEmp/nuestras\\_empresas-grumacorp.asp](http://gruma.com/vESp/NuestrasEmp/nuestras_empresas-grumacorp.asp)

<http://alpura.com/alpura/index2.html>

<http://grupoherdez.com.mx/html/grupoherdez/indez.html>



## Anexo 4

Características de la muestra aleatoria que proporcionó testimonios, información y reflexiones para la investigación.

	Chicago, Illinois		McAllen, Texas	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
	%	%	%	%
<b>Rango de Edad</b>				
18-29 años	79	62	59	64
30-49 años	19	37	35	35
50 ó más	2	0.5	6	1
	100	100	100	100
<b>1er destino en EUA*</b>				
Sudoeste Primera Fase	58	52	26.8	48
Sudoeste Expansión	14	10	1.5	12
Grandes Lagos	10.5	4	0.6	9
Grandes Planicies	0	0	0	8.5
Costa Este	17	33	7.1	13.5
Otro	0.5	1	64	9
	100	100	100	100
<b>Regiones de Procedencia**</b>				
Región Tradicional	40	45	26	21
Región Norte	53	37	64	29
Región Centro	0	18	8	35
Región Sur-Sureste	7	0	2	15
	100	100	100	100
<b>Status Migratorio</b>				
Con Tarjeta Verde (Permiso Laboral)	46	40	n.d.	n.d.
Con Ciudadanía	19	18	n.d.	n.d.
Sin permiso	35	42	n.d.	n.d.
	100	100	n.d.	n.d.
<b>Planea regresar a México</b>				
Si	62	65	42	74
No	38	35	68	26
	100	100	110	100

Fuente: Elaboración propia con base en las entrevistas semi-estructuradas realizadas durante el período 2001-2008.

\* El detalle de los estados de los EUA que abarcan estas regiones está en el capítulo 2.

\*\* El detalle de los estados de la República Mexicana que abarcan estas regiones está en el capítulo 2.

**Anexo 5**  
**El mercado de productos y servicios mexicanos en la Ciudad de Chicago, Illinois**

**5.1. Servicios de envíos de dinero a México, salones de belleza, y abogado en el Barrio *Little Village* (Barrio Mexicano La Villita) en Chicago, Ill.**



Fotografía tomada el viernes 25 de julio de 2008 por Gabriela Fernández Gallegos.

5.2 Supermercado y Taqueria “La Chiquita” en el Barrio Little Village (Barrio Mexicano La Villita) en Chicago, Ill.



Fotografía tomada el viernes 25 de julio de 2008 por Gabriela Fernández Gallegos.

5.3 Ofertas en el Supermercado y Taqueria “La Chiquita” en el Barrio Little Village (Barrio Mexicano La Villita) en Chicago, Ill.



Fotografía tomada el viernes 25 de julio de 2008 por Gabriela Fernández Gallegos.



5.4.Comercio Ambulante en el Barrio Little Village (Barrio Mexicano La Villita) en Chicago, Ill.



Fotografía tomada el viernes 25 de julio de 2008 por Gabriela Fernández Gallegos

5.5 Comercio Ambulante en el Barrio Little Village (Barrio Mexicano La Villita) en Chicago, Ill.



Fotografía tomada el viernes 25 de julio de 2008 por Gabriela Fernández Gallegos

5.6. En el centro de la ciudad de Chicago, una agencia de viajes anuncia en un cartel que en el establecimiento “Se Habla Español”.



Fotografía tomada el sábado 26 de julio de 2008 por Gabriela Fernández Gallegos

5.7. Festejo del 15 de septiembre, día de la Independencia de México en el restaurante Mi Tierra en la ciudad de Chicago, Ill., en el que Coca Cola Co. participa con la promoción de su bebida para la comunidad mexicana Full Throttle-Blue Demon.



Fotografía tomada el domingo 14 de septiembre de 2008 por Gabriela Fernández Gallegos



5.8. Desfile del 15 de septiembre, día de la Independencia de México organizado en la calle principal del Barrio Mexicano en Chicago, Ill.



Fotografía tomada el viernes 25 de julio de 2008 por Gabriela Fernández Gallegos



Fotografía tomada el viernes 25 de julio de 2008 por Gabriela Fernández Gallegos

## BIBLIOGRAFÍA

- Alba Francisco. (2007). Migración Internacional: Consolidación de los Patrones emergentes. México: UNAM; Centro de Población de las Naciones Unidas, INEGI, Colegio de México.
- Appadurai, Arjun. ( 1996). Modernity at large: cultural dimentions of globalization. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- *Association of Hispanic Advertising Agencies (AHAA) (2002), The Right Spend: Setting Your Budgets to Best Reach the U.S. Hispanic Market*, Extraído el domingo 28 de septiembre de 2008 desde <http://www.ahaa.org/research/therightspend.pdf>
- Banco de México (2007, 2 de Febrero). Las remesas familiares en México. Inversión de los recursos de migrantes: resultado de las alternativas vigentes. Extraído el 28 de octubre de 2008 desde <http://www.banxico.org.mx/documents/%7BA5443598-2DF0-815D-4077-A416D3429AA9%7D.pdf>
- Banco Interamericano de Desarrollo (BID) 2002. Informe Anual 2002: Resumen Económico de la Región. Obtenido el día 29 de octubre de 2008 desde <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=786351>
- Banco Mundial (2005). Cerca de casa: El impacto de las remesas en América Latina. Obtenido el día domingo 27 de junio de 2008 desde <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/BANCOMUNDIAL/EXTSP/PAISES/LACINSPANISHEXT/EXTLACOFFICEOFCEINSPA/0,contentMDK:21104986~pagePK:64168445~piPK:64168309~theSitePK:871070,00.html>
- Batres-Márquez, S. P. H., Jensen & G. Brester (2001), *Salvadoran Consumption of Ethnic Foods in The United States*, Working Paper 01-WP 289, Iowa State University.
- Beck Ulrich, (2002). La Paradoja de la Globalización. Obtenido el domingo 20 de julio de 2008 desde <http://www.globalizacion.org/biblioteca/BeckParadojaGlobalizacion.htm>
- Cámara de Diputados LIX Legislatura. Estudios sociales y de opinión pública de la Cámara de Diputados. Migración de mexicanos a Estados

Unidos. Noviembre 2003. Obtenido el domingo 16 de julio de 2008 desde <http://www.diputados.gob.mx/cesop/doctos/Migraci%F3n-Final-2.pdf>

- Canales, Alejandro I. (2004). Las remesas de los migrantes: fondos para el ahorro o ingresos salariales , en Germán Zárate Hoyos (ed.), Remesas de los mexicanos y centroamericanos en Estados Unidos. Problemas y perspectivas. México: Miguel Ángel Porrúa y El Colegio de la Frontera Norte.
- Canales, Alejandro I. (2000), “*International migration and labor flexibility in the NAFTA context*”, *International Social Sciences Journal*, N° 165
- Canales Alejandro (2000) *International Migration and Labour Flexibility in the context of NAFTA*. Obtenido el domingo 10 de enero de 2009 desde [www.eclac.org/celade/proyectos/migracion/Canales.doc](http://www.eclac.org/celade/proyectos/migracion/Canales.doc)
- Carpetier, J. Y Lebrun, F. (1994). Breve historia de Europa. Madrid: Alianza Editorial.
- Cason, Brooks (2002).El rescate de los Estados Unidos por México. Masiosare Periódico electrónico. Obtenido el día sábado 26 de abril de 2008 desde <http://migracion.jornada.com.mx/migracion/el-otro-mexico/el-rescate-de-estados-unidos-por-mexico>
- Castles, S. Y Millar, M. (2004). La era de la migración. Movimientos internacionales de población en el mundo moderno. México: Miguel Ángel Porrúa-Cámara de Diputados.
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, "Comisión Legislativa", en *Migración, Frontera y Población* [Actualización: 8 de junio de 2006], Obtenida el día 20 de julio de 2008 desde [http://archivos.diputados.gob.mx/Centros\\_Estudio/Cesop/Eje\\_tematico/5\\_poblacion.htm](http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Eje_tematico/5_poblacion.htm)
- Centro Latinoamericano y Caribeño de Demografía (CELADE). División de Población de la CEPAL, (2006) , julio, Proyecto de Investigación de la Migración Internacional en Latinoamérica (IMILA). Santiago de Chile.
- Chávez, Leo. (1994). The Power of the Imagined Community: A Logistic Analysis of Settlement by Undocumented Mexicans and Central Americans”. *American Anthropologist*. Vol. 96, No. 1. Obtenido el 10 de enero de 2009 desde <http://www.migracion-remesas.hn/html/bibliografia.htm>

- Chávez, Leo (1994), "The power of the imagined community: a logistic analysis of settlement by undocumented Mexicans and Central Americans", *American Anthropologist*, vol. 96, N° 1. (1988), "Settlers and sojourners: the case of Mexicans in the United States", *Human Organization*, vol. 47, N° 2.
- Comisión de Agricultura de la Cámara de Diputados LX Legislatura. Deportaciones masivas de los EUA. Boletín 0325. Obtenido el domingo 10 de enero de 2009 desde [http://www3.diputados.gob.mx/camara/005\\_comunicacion/a\\_boletines/2008\\_2008](http://www3.diputados.gob.mx/camara/005_comunicacion/a_boletines/2008_2008)
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2006). Migración Internacional de latinoamericanos y caribeños: Características, Retos y Oportunidades. Obtenido el domingo 16 de julio de 2008 desde [http://www.eclac.org/celade/noticias/paginas/1/26021/Migracion\\_conceptual\\_CELADE.pdf](http://www.eclac.org/celade/noticias/paginas/1/26021/Migracion_conceptual_CELADE.pdf)
- \_\_\_\_\_ (2005). Panorama social de América Latina 2005. Obtenido el día domingo 28 de junio de 2008 desde <http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/4/23024/P23024.xml&xsl=/dds/tpl/p9f.xsl&base=/tpl/top-bottom.xslt>
- \_\_\_\_\_ (2003). Pequeñas empresas, productos étnicos y de nostalgia: Oportunidades en el mercado internacional. *Los casos de El Salvador y México*. Obtenido el día domingo 20 de julio de 2008 desde [http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/7/14737/P14737.xml&xsl=/mexico/tpl/p9f.xsl&base=/ddpeudit/tpl/top-bottom\\_ind.xslt](http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/7/14737/P14737.xml&xsl=/mexico/tpl/p9f.xsl&base=/ddpeudit/tpl/top-bottom_ind.xslt)
- \_\_\_\_\_ (2002). Panorama social de América Latina 2002. Obtenido el día domingo 28 de junio de 2008 desde <http://www.eclac.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/4/11254/P11254.xml&xsl=/dds/tpl/p9f.xsl&base=/tpl/top-bottom.xslt>
- \_\_\_\_\_ (2001). Las remesas y el desarrollo rural en las zonas de alta intensidad migratoria de México. Obtenido el domingo 20 de julio de 2008 desde <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/0/11130/1540.pdf>
- Consejo de Federaciones Mexicanas en Norte América (COFEM), (2005), 1ª. Convención Binacional del COFEM realizada en Los Ángeles, California. Papeles de Trabajo entregados a los participantes de la convención.

- Consejo Nacional de Población (CONAPO). (2006). Comunicado de prensa 26/06. Diez millones de mexicanos residen en el país vecino. Obtenido el domingo 14 de septiembre de 2008 desde <http://www.conapo.gob.mx/prensa/2006/262006bol.pdf>
- \_\_\_\_\_ (2005) La nueva era de la migración internacional. México: Consejo Nacional de Población.
- \_\_\_\_\_ (2004). Prontuario Demográfico de México, 2000-2004. Obtenido el domingo el domingo 16 de julio de 200 desde [http://www.conapo.gob.mx/mig\\_int/03.htm](http://www.conapo.gob.mx/mig_int/03.htm)
- \_\_\_\_\_ (2002). Origen y destino de la migración de mexicanos a los Estados Unidos de Norteamérica. México: Ed. Consejo Nacional de Población.
- \_\_\_\_\_ (2000). Índice de intensidad migratoria México- Estados Unidos. Obtenido el sábado 28 de marzo de 2008 desde <http://www.conapo.gob.mx/publicaciones/migra4.htm>
- \_\_\_\_\_ (2000) Migración México-Estados Unidos. Presente y futuro. México: Ed. Consejo Nacional de Población.
- Cortés, Patricia (2005), *Mujeres migrantes de América Latina y el Caribe: derechos humanos, mitos y duras realidades*, Serie Población y Desarrollo N° 61 (LC/L. 2426-P), Santiago de Chile, CEPAL. Publicación de las Naciones Unidas, N° de venta: S.05.II.G.173.
- Curzio, Leonardo. (2007). Ignorancia estratégica. Norteamérica, revista académica, año 2. vol. 1: 103-127.
- Daniels y col (2006), *Negocios Internacionales*, México: Thomson Learning Group.g
- Delgado Wise, Raúl (2002). "El migrante colectivo frente a los desafíos del desarrollo local y regional en México", en Seminario Internacional sobre la transferencia y usos de las remesas: Proyectos productivos y de ahorro, (memoria) UAZ-CEPAL, Zacatecas, 2002
- Domingo, Andreu (2004), "Tras la retórica de la hispanidad: la migración latinoamericana en España entre la complementariedad y la exclusión", trabajo presentado al *I Congreso de la Asociación Latinoamericana de Población*, Caxambú, Brasil, 18-20 de septiembre.



- Durand, J y D.S. Massey (2003). *Clandestinos. Migración México-Estados Unidos en los albores del siglo XXI*, México, Universidad Autónoma de Zacatecas/Miguel Ángel Porrúa.
- Durand, Jorge. (2006) *Latinos en Estados Unidos, La nueva y primera mayoría*, México, Publicado por Consejo Nacional de Población.
- \_\_\_\_\_ (1998), *Más allá de la línea. Patrones migratorios entre México y Estados Unidos*, México, D.F., Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Franco García M. Josefina, (n.d). La migración: génesis de la sociedad multicultural. Obtenido el domingo 28 de septiembre de 2008 desde [http://74.125.45.132/search?q=cache:ect26lhx2wUJ:www.foro-latino.org/flape/foros\\_virtuales/doc\\_fv\\_5/FV5-TextoMFranco.pdf+migraci%C3%B3n+y+multiculturalismo&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=mx](http://74.125.45.132/search?q=cache:ect26lhx2wUJ:www.foro-latino.org/flape/foros_virtuales/doc_fv_5/FV5-TextoMFranco.pdf+migraci%C3%B3n+y+multiculturalismo&hl=es&ct=clnk&cd=1&gl=mx)
- García Canclini, Néstor. (1990). *Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- Gastelum G., María de los Angeles (1991), *Migración de trabajadores mexicanos indocumentados a los Estados Unidos*, México. D.F., Facultad de Derecho, Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).
- Giddens , Anthony. (1991). *Modernidad e identidad del yo: el yo y la sociedad en la época moderna contemporánea*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gómez Crespo y col. (2004). *Movimientos de población. Migraciones y acción Humanitaria*. México: Icaria & Antrazyt, Instituto de Estudios Sobre Conflictos y Acción Humanitaria, Médicos Sin Fronteras, Instituto de Derechos Humanos Pedro Arrupe.
- Guarnizo, L. y Portes, A. (2003). *Assimilation and transnationalism: determinants of transnational political action among contemporary migrants*, *AJS* 108(6): 1211-48 Obtenido el sábado 26 de abril de 2008 desde <http://proyectoayredesmigratorias.wordpress.com/>
- Gutiérrez Martínez y col. (2006). *Multiculturalismo. Desafíos y perspectivas*. México: Siglo XXI, El Colegio de México, UNAM-Programa de Posgrado de Ciencias Políticas y Sociales.
- Hernández, Roberto y col. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill. p.102-106

- Imaz, Cecilia (2006). Multiculturalismo y migración internacional: Permanencia y Revaloración de la Identidad Cultural de la Migración Mexicana a los Estados Unidos. México: Siglo XXI.
- IME. Instituto de los Mexicanos en el Exterior. (2008) . Inmigrantes preparan movilización para el 21 de enero en Estados Unidos. Obtenido el domingo 16 de noviembre de 2008 desde <http://www.ime.gob.mx/noticias/lazos/2007/1341.htm>
- Laborde, Adolfo. (2006). Reflexiones sobre el fenómeno migratorio de os mexicanos en Estados Unidos. México: Plaza y Váldes, Milenio y CDPME (Coalición por los Derechos Políticos de los Mexicanos en el Exterior).
- Lombera Martínez Manuel, (2007). Buscan el mercado de la nostalgia. El Universal.com.mx. Obtenido el martes 30 de diciembre de 2008, desde <http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/60494.html>
- LOWELL, Lindsay, Julia Gelatt y Jeanne Batalova (2006). Immigrants and labor force trends: the future, past and present. Insight, publicación electrónica del Migration Policy Institute. Obtenido el día 10 de enero de 2009 desde <http://www.conapo.gob.mx/publicaciones/migraciongiorgul.pdf>
- Malgesini, G. y Giménez, C. (1997). Guía de conceptos sobre migraciones, racismo e interculturalidad,. Madrid: La cueva del oso.
- Martínez, Jorge. (2005). Globalizados, pero restringidos. Una visión latinoamericana del mercado global de recursos humanos calificados. Serie *Población y Desarrollo* N° 56, Santiago de Chile, CEPAL. Publicación de las Naciones Unidas, N° de venta S.04.II.G.153.
- Massey, Douglas y otros (1987), *Return to Aztlan. The Social Process of International Migration from Western Mexico*, Berkeley, California, University of California Press.
- Meyers, D. Papademetriou, Meisser, D. (2006). Immigration and America's Future : A New Chapter. Washington, D.C.: Migration Policy Institute – Woodrow Wilson Center.
- Naranjo, C. (1991). Desarrollo azucarero, abolición e inmigración en Cuba (1870-1914). Madrid: Asociación Española de Historia Moderna y Tabapress.

- Nieves Jiménez, Ramón. (2001, Octubre 3). “Financiamiento a proyectos productivos elaborados por organizaciones de migrantes”, Ponencia presentada en el *Seminario Internacional sobre transferencia y uso de remesas: Proyectos productivos y ahorro*; Cd. de Zacatecas, México. Obtenido el domingo 20 de julio de 2008 desde <http://www.diputados.gob.mx/camara/content/download/.../PB5001%20Mi-gracion%20de%20mexicanos%20hacia%2>
- Notimex, Vanguardia. ( 2004) Acuerdo Hershey’s compra de Grupo Lorena. Obtenido el domingo 15 de junio de 2008 desde [http://www.alimentariaonline.com/desplegar\\_notas.asp?did=191](http://www.alimentariaonline.com/desplegar_notas.asp?did=191)
- O’Guinn Thomas, Allen Chris. 2004. Publicidad y comunicación integral de marca. México: Thomson Learning.
- Oficina del Censo de los Estados Unidos (2000-2004), *The Hispanic Population in the United States*, Current Population Reports, Population Characteristics, Series, Dirección de Economía y Estadística, Departamento de Comercio de los Estados Unidos. Obtenido el domingo 16 de julio de 2008 desde <http://www.census.gov/population/www/socdemo/migrate/cps2004.html>
- \_\_\_\_\_ (2006). *Current Population Survey, 2006 Annual Social and Economic Supplement*. Obtenido el día domingo 16 de julio de 2008 desde <http://www.census.gov/population/www/socdemo/migrate/cps2006.html>
- Olmedo Carranza, Bernardo. (2006). Importancia de los Mercados de la Nostalgia, Elaboración de Productos Étnicos y Pymes . Conferencia presentada en la Escuela de Planificación y Promoción Social de la Universidad Nacional de Costa Rica (UNA), dentro de las actividades académicas por la Inauguración del II Ciclo 2006, Heredia, Costa Rica, 7 al 11 de agosto 2006.
- Oramas León, Orlando. (2000, Diciembre 20) .Emigrantes de fin de siglo. Con el fardo de la pobreza a cuestas. Obtenido el día sábado 28 de marzo de 2008 , desde : <http://www.granma.cubaweb.cu/temas7/articulo203.html>
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). (2004). *World Economic and Social Survey 2004. International Migration Report*. Obtenido el domingo 21 de Julio de 2008 desde [www.un.org/esa/policy/wess/wess2004files/part2web/part2web.pdf](http://www.un.org/esa/policy/wess/wess2004files/part2web/part2web.pdf)



- \_\_\_\_\_ (2000). Informe sobre la migración en el mundo. Ginebra: OIM-ONU
- \_\_\_\_\_ (1998). *Recommendations on Statistics of International Migration. Revisión 1. Departament on Economic and Social Affairs, Statistics División*, Nueva York.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). (2002), "Periodicidad, estacionalidad, duración y retorno: los distintos tiempos en la migración México-Estados Unidos", *Papeles de población*, año 5, N° 23
- Organización Internacional del Trabajo (OIT). (2005). Panorama laboral 2005. América Latina y el Caribe, Lima: Oficina Internacional del Trabajo.
- Pew Hispanic Center (2005). *Estimates of the Unauthorized Migrant Population for States based on the March 2005 CPS*. Obtenido el domingo 18 de mayo de 2008 desde <http://pewhispanic.org/factsheets/factsheet.php?FactsheetID=17>
- Reichhoff, J. H. (1994). La aparición del hombre. Barcelona: Crítica
- Rivera-Salgado, Gaspar. 1998. "Mixtec Activism in Oaxacalifornia: Transborder Grassroots Political Strategies". *American Behavioral Scientist*, Vol. 42 No. 9: 1439-1458.
- Rodríguez, Néstor (1987), "Undocumented Central Americans in Houston: diverse populations", *International Migration Review*, N° 21.
- Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA). (2008). Subsecretaría de Desarrollo Rural. 2000 Agro Revista Industrial del Campo, obtenido el 13 de abril de 2008 desde [http://teorema.com.mx/articulos.php?id\\_sec=54&id\\_art=48987](http://teorema.com.mx/articulos.php?id_sec=54&id_art=48987)
- Secretaría de Economía (SE). (2005). Fondo PYME y APROCEDE, A.C. Estudio del Mercado Hispano del Medio Oeste de los Estados Unidos. Obtenido el día 20 de julio de 2008 desde [http://www.economia.gob.mx/pics/p/p2765/AGROTECAMAC\\_EMERCAD\\_O2005.pdf](http://www.economia.gob.mx/pics/p/p2765/AGROTECAMAC_EMERCAD_O2005.pdf)

- Secretaria de Relaciones Exteriores (SER). (2005, Octubre) México ante el Fenómeno Migratorio. Obtenido el domingo 18 de mayo de 2008 desde <http://www.jornada.unam.mx/2002/06/23/mas-cara.html>
- \_\_\_\_\_ (2001, Febrero 16). Hacia una prosperidad compartida. La Propuesta Guanajuato, Rancho San Cristóbal, Guanajuato, México. Obtenido el día domingo 18 de mayo de 2008 desde <http://www.sre.gob.mx/eventos/fenomenomigratorio/docs/mexicofrentealfenomig.pdf>
- Solimano, Andrés. (2005). *International mobility of talent and its impact on global development: an overview*. Documento presentado al Taller sobre movilidad internacional de talentos y sus efectos sobre el desarrollo, Santiago de Chile, CEPAL.
- Stalker, Peter; Emigrar no es una ganga. Mitos y realidades. España, Interpón Oxfam, 2004, p.48-49
- Stavenhagen, Rodolfo. (2006). La presión desde abajo: Derechos humanos y multiculturalismo. México: Siglo XXI
- Stern Louis, El-Ansary Adel, Coughlan Anne y Cruz Ignacio. (1999). Canales de Comercialización. Madrid. Prentice may
- Synovate (2007). *US Hispanic Market Report*. Obtenido el domingo 21 de septiembre de 2008 desde <http://www.amchamchile.cl/files/US%20Hispanic%20Market.pdf>
- Synovate (2004). *Hispanic Consumer*. Obtenido el domingo 18 de mayo de 2008 desde <http://www.synovate.com/news/article/2004/10/synovate-s-hispanic-consumer-panel-tops-9500-members.html>
- Tamango, C. (2003). Los procesos de conectividad y construcción de identidades transnacionales. Obtenido el 20 de julio de 2008 desde <http://lasa.international.pitt.edu/Lasa2003/Tamagno-Carla.pdf>
- Tuirán, Rodolfo, Carlos Fuentes y José Luis Ávila (2002). Índices de intensidad migratoria México-Estados Unidos, México: Consejo Nacional de Población . Obtenido el domingo 10 de enero de 2008 desde <http://www.conapo.gob.mx/publicaciones/migraciongiorgul.pdf>
- Tuirán, Rodolfo. (2006). México y el debate migratorio en Estados Unidos. *Foreigner Affairs* en Español, vol. 6. no. 4, octubre-diciembre.

- U.S. Census Bureau (2006). Current Population Survey (CPS) Annual Social and Economic Supplement. Obtenido el domingo 21 de septiembre de 2008 desde <http://us.census.gov/content.healthaffairs.org/cgi/content/abstract/26/1/w22>
- \_\_\_\_\_ (2005). Current Population Survey (CPS) "Source and Accuracy of Estimates for Income, Poverty, and Health Insurance Coverage in the United States: 2004." Obtenido el día sábado 27 de mayo de 2008 desde [www.census.gov/hhes/www/income/p60\\_229sa.pdf](http://www.census.gov/hhes/www/income/p60_229sa.pdf)
- Verduzco, Gustavo (1995), "La migración mexicana a Estados Unidos: recuento de un proceso histórico", *Estudios sociológicos*, vol. 13, N° 39, México, D.F., El Colegio de México.
- Villa, M. y J. Martínez (2004), *International migration in Latin America and the Caribbean: a summary view of trends and patterns*, Santiago de Chile: CELADE
- Wharton School of the University of Pennsylvania. (2005). *Latin American Conference: A Changing America, How Three Companies Are Catering to the Hispanic/Latino Growth Market*. Obtenido el domingo 20 de Julio de 2008 desde <http://www.knowledge.wharton.upenn.edu./article.cfm?articleid=1113>
- Zúñiga, Elena (2006). Migración México-Estados Unidos. Implicaciones y retos para ambos países. México: Consejo Nacional de Población, Universidad de Guadalajara, Centro de Investigaciones en Antropología Social y El Colegio de México.
- \_\_\_\_\_ (2004) Los migrantes: los promotores del desarrollo económico. Obtenido el día domingo 10 de enero desde <http://www.conapo.gob.mx/prensa/2004/682004.pdf>

## GLOSARIO

**Aculturación** Adopción progresiva de elementos de una cultura extranjera (ideas, términos, valores, normas, conductas, instituciones) por personas, grupos o clases de una cultura determinada. La adaptación parcial o total es el resultado de contactos e interacciones entre diferentes culturas a través de la migración y de las relaciones comerciales.

**Asimilación** Adaptación de un grupo social o étnico –generalmente una minoría- a otro. Asimilación significa la adopción del idioma, tradiciones, valores y comportamientos e incluso de cuestiones vitales fundamentales y la modificación de los sentimientos de origen. La asimilación va más allá de la aculturación. Ver también aculturación, integración.

**Cambio de status** Procedimiento mediante el cual un extranjero en situación legal puede solicitar otro status de inmigración. Por ejemplo, un extranjero con visado de estudiante al completar sus estudios puede o está capacitado para solicitar un cambio de status para que su visado de estudiante sea reemplazada por un visado de trabajo. Ver también extranjero, status de inmigrante, visado.

**Campaña de publicidad** Un programa que involucra la creación y el establecimiento de una serie de anuncios, manejados en línea junto con el establecimiento de objetivos de mercado y comunicación.

**Canal de Distribución** Medios por los que un producto llega al usuario final.

**Category Killer (asesino de categorías)** Establecimientos especializados en líneas completas de productos y líderes de su mercado al ofrecer grandes descuentos.

**Ciudadanía** Derechos de ciudadano.

**Consumidor final Ultimate Consumer** Es la persona que ocupa el último lugar en la cadena de producción y distribución, es el que realiza el consumo.

**Consumo** Acto de compra de un bien o servicio para cubrir una necesidad.

**Correo directo Direct Mail** Es una de las formas del Marketing directo. Consiste en hacer llegar por correo un envío personalizado a unas personas determinadas incluidas en una lista de correo. Puede ser una carta promocional, sistemas para aumentar la atención del cliente.

**CRM Customer Relationship Management (Gestión de Relaciones con Clientes)** Sistema automatizado de información sobre clientes cuyo objetivo es que estos puedan ser atendidos de la manera más personalizada posible.

Internet es uno de los soportes tecnológicos más importantes en CRM, a la vez que uno de sus principales canales de comunicación con los clientes.

**Corriente migratoria** Cantidad de migrantes que se mueve o está autorizada a moverse desde o hacia un país para tener acceso al empleo o establecerse por un período de tiempo determinado.

**Demanda del mercado Market Demand** Se refiere a las ventas de un producto a una determinada parte del mercado durante un período de tiempo limitado y con plan de marketing determinado. Está basado en la demanda que tengan los productos para el consumidor final.

**Demografía** Estudio de poblaciones humanas, particularmente referidas a su composición numérica, su densidad, su distribución, estadísticas de vida.

**Deportación** Acto del Estado en el ejercicio de su soberanía mediante el cual envía a un extranjero fuera de su territorio, a otro lugar, después de rechazar su admisión o de habersele terminado el permiso de permanecer en dicho Estado.

**Diásporas** Personas y poblaciones étnicas que han abandonado su lugar de origen, individualmente o como miembros de redes organizadas y asociaciones, y mantienen lazos con su lugar de origen.

**Discriminación** Hecho de no tratar a todas las personas por igual cuando no hay distinción razonable entre los favorecidos y los no favorecidos. La discriminación está prohibida en relación con “raza, sexo, idioma o religión” en el Art. 1 (3) de la Carta de las Naciones Unidas, 1945; y, se reafirma en el Art. 2 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, 1948: “1. Toda persona tiene todos los derechos y libertades proclamados en esta Declaración, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición. 2. Además, no se hará distinción alguna fundada en la condición política, jurídica o internacional del país o territorio de cuya jurisdicción dependa una persona, tanto si se trata de un país independiente o de un territorio bajo administración fiduciaria, no autónomo o sometido a cualquier otra limitación de soberanía”.

**Discriminación racial** Conducta discriminatoria o abusiva hacia miembros de otra raza. La discriminación racial “denota toda distinción, exclusión, restricción o preferencia basada en motivos de raza, color, linaje u origen étnico o nacional que tenga por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio, en condiciones de igualdad, de los derechos humanos y libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural o en cualquier otra esfera de la vida pública”. (Art. 1 (1) de la Convención

internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial, de 1965).

**Emigración** (lat. *emigrat\_o, -\_nis*) al conjunto de habitantes de un país que trasladan su domicilio a otro por tiempo ilimitado, o en ocasiones, temporalmente. Acto de salir de un Estado con el propósito de asentarse en otro. Las normas internacionales de derechos humanos establecen el derecho de toda persona de salir de cualquier país, incluido el suyo. Sólo en determinadas circunstancias, el Estado puede imponer restricciones a este derecho. Las prohibiciones de salida del país reposan, por lo general, en mandatos judiciales.

**Estado de origen** Estado del que sea nacional la persona de que se trate. (Art. 6 (a) de la Convención internacional sobre la protección de los derechos de todos los trabajadores migratorios y de sus familiares, 1990).

**Estrategia de Publicidad (Advertising Strategy)** Parte del Plan de Marketing que se refiere a la publicidad.

**Éxodo** Movimientos en grupo, aislados y esporádicos, fuera del país de origen. Éxodo en masa es un movimiento de un gran número de personas o una parte de una comunidad en un momento determinado.

**Extranjero indocumentado** Extranjero que entra o permanece en un país sin la documentación requerida. Ello incluye, entre otros, (a) quien sin documentación para entrar al país, ingresa clandestinamente; (b) quien entra utilizando documentación falsa; (c) quien después de haber ingresado con documentación legal permanece en el país después del tiempo autorizado o, si habiendo violado las condiciones de entrada, permanece en él sin autorización.

**Feminización de la migración** Creciente participación de la mujer en los movimientos migratorios. Las mujeres se desplazan hoy con mayor independencia y ya no en relación con su posición familiar o bajo la autoridad del hombre (el 48 por ciento de los migrantes son mujeres).

**Flujo migratorio** Ver corriente migratoria

**Frontera** Zona que separa dos Estados.

**Globalización Globalization** Fenómeno de repercusión automática, instantánea y de alcance mundial que se da en el ámbito de las actividades sociales, económicas y financieras, y que es causado principalmente por la acción combinada de las tecnologías de la información y de las comunicaciones, y de los medios de comunicación de masas

**Green card (Tarjeta de Residente Permanente)** Una tarjeta de residencia otorgada por el Gobierno de los Estados Unidos a los no nacionales, cuando se otorga el status de residente permanente en ese país.

Se le denomina también Tarjeta de Residente Permanente, una prueba de que la persona titular es residente legal con el derecho a vivir y a trabajar permanentemente en ese país.

**Ingreso** Entrada de un extranjero a otro país distinto al suyo, voluntaria o involuntariamente, legal o ilegalmente.

**Ingreso ilegal** Acto de atravesar una frontera sin cumplir con los requisitos necesarios para una entrada legal en otro Estado. (Art. 3 (b) del Protocolo Adicional contra el tráfico ilícito de migrantes por tierra, mar y aire, que complementa la Convención de las Naciones Unidas contra la Delincuencia Organizada Transnacional, 2000).

**Ingreso legal** Entrada legal de un extranjero al país, por ejemplo con un visado de inmigrante válido.

**Inmigrar (lat. immigr\_re)** implica llegar a otro país para establecerse en él, especialmente con idea de formar nuevas colonias o domiciliarse en las ya formadas.

**Integración** Proceso por el cual los inmigrantes, tanto individualmente como en grupo, son aceptados en una sociedad. Los requisitos particulares exigidos para su aceptación por una sociedad varían de un país a otro. La responsabilidad de la integración recae no solamente en los inmigrantes sino también en el gobierno receptor, las instituciones y las comunidades.

**Investigación del mercado** Recogida de información sobre un aspecto concreto del mercado para su posterior análisis. Sirve para facilitar la toma de decisiones en Marketing

**Logística** Involucra a todas las actividades relacionadas con el movimiento y transporte. Busca mejorar los procesos que van desde el proveedor de la empresa hasta el cliente.

**Marca** Signo o medio que identifica un producto o servicio y lo diferencia de la competencia.

**Mercado** Conjunto de compradores actuales o potenciales con el deseo y la posibilidad económica para adquirir un producto.

**Mercado de nostalgia** aquellas mercancías que integran bienes y servicios que forman parte de los hábitos de consumo, cultura y tradición de los diferentes pueblos y naciones

**Migración** proviene del latín **migrat\_o, -\_nis**, y significa la acción y efecto de pasar de un país a otro para establecerse en él. Movimiento de población hacia el territorio de otro Estado o dentro del mismo que abarca todo movimiento de personas sea cual fuere su tamaño, su composición o sus causas; incluye migración de refugiados, personas desplazadas, personas desarraigadas, migrantes económicos

**Migración a corto plazo** al período de residencia entre tres y doce meses.

**Migración a largo plazo** al período de residencia en otro país de al menos un año.

**Migración laboral** Movimiento de personas del Estado de origen a otro con un fin laboral. La migración laboral está por lo general regulada en la legislación sobre migraciones de los Estados. Algunos países asumen un papel activo al regular la migración laboral externa y buscar oportunidades de trabajo para sus nacionales en el exterior.

**Migración masiva** Movimiento de un gran número de personas.

**Migrante internacional** como “cualquier persona que cambia su país de residencia habitual”. Personas que dejan su país de origen o en el que tienen residencia habitual, para establecerse temporal o permanentemente en otro país distinto al suyo. Estas personas para ello han debido atravesar una frontera. Si no es el caso, serían migrantes internos. A nivel internacional no hay una definición universalmente aceptada del término “migrante.” Este término abarca usualmente todos los casos en los que la decisión de migrar es tomada libremente por la persona concernida por “razones de conveniencia personal” y sin intervención de factores externos que le obliguen a ello. Así, este término se aplica a las personas y a sus familiares que van a otro país o región con miras a mejorar sus condiciones sociales y materiales y sus perspectivas y las de sus familias.

**Migrantes radicados** Extranjeros a quienes se les autoriza permanecer por un período bastante largo o ilimitado y potencialmente no sujeto a ninguna limitación con respecto al ejercicio de sus derechos civiles, económicos y sociales (por ejemplo: migrantes por razones laborales, familiares, de ascendencia o jubilados extranjeros).



**Minoría** Aunque en derecho internacional no hay una definición universalmente aceptada de “minoría”, ésta puede considerarse como un grupo numéricamente inferior al resto de la población de un Estado que no está en posición de dominio, cuyos miembros poseen características étnicas, religiosas o lingüísticas que difieren de aquellas del resto de la población y quienes mantienen un sentido de solidaridad hacia la preservación de su cultura, tradiciones, religión e idioma.

**Movimientos migratorios** desplazamientos masivos de población, de una región a otra (rurales, urbanos, interregionales, etc.) o de uno o varios países a otro u otros”. En general, se alude a una cierta continuidad o tendencia en el proceso y no a un traslado coyuntural o puntual.

**Nacionalidad** El vínculo jurídico entre un individuo y un Estado. La Corte Internacional de Justicia, en el Caso Nottebohm (1955), la definió como “un vínculo jurídico basado en un hecho social de relación, una solidaridad efectiva de existencia, intereses y sentimientos junto a la reciprocidad de derechos y obligaciones (...) el individuo, al cual le es conferida directamente por la Ley o como resultado de un acto de las autoridades, está, de hecho, más vinculado a la población del Estado que le confiere la nacionalidad que a la de cualquier otro Estado”. De acuerdo con el Artículo 1 de la Convención de La Haya sobre ciertas cuestiones relacionadas con la nacionalidad (1930) “incumbirá a cada Estado determinar con arreglo a su propio ordenamiento jurídico quienes serán nacionales suyos. Los otros Estados deben reconocer ese ordenamiento en la medida en que sea compatible con los convenios internacionales, el derecho consuetudinario internacional y los principios de derecho generalmente reconocidos en materia de nacionalidad”. La Convención Americana sobre Derechos Humanos señala en su Artículo 20 que “Toda persona tiene derecho a una nacionalidad”. El derecho a la nacionalidad está contemplado también a nivel universal en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, de 1948 (Art. 15).

**Nicho de mercado** Segmento de mercado en el que la empresa puede obtener beneficio porque tiene el tamaño adecuado para no atraer a nuevos competidores.

**Participación del mercado** Porcentaje que se vende del producto de una compañía del total de productos similares que se vende en un mercado específico.

**Planificación de medios** Se trata de una técnica de comunicación que permite establecer la distribución del presupuesto publicitario de una organización en función de parámetros tales como: perfil del anunciante, características del producto o servicio, público objetivo, estrategia publicitaria, los medios de comunicación seleccionados, el formato de los soportes (avisos) diseñados,

fecha de lanzamiento y calendario, número de impactos previstos, costos: de cada aviso y de la campaña completa, etc.

**Planificación en la Comunicación** Se trata del concepto de metodologías y herramientas a partir de las cuales pueden prepararse planes de corto, mediano y largo plazo - estratégicos y operacionales - para facilitar y optimizar la gestión eficaz y equitativa de los distintos recursos, canales y soportes de la comunicación en el marco de las finalidades, medios y prioridades ya sea de una comunidad u organización.

**País de acogida** Ver país receptor.

**País de destino** País al que se dirigen flujos migratorios (legal o ilegal).

**País de envío** País del que sale una persona para establecerse en otro, sea en forma permanente o temporal.

**País de origen** País del cual procede un migrante o flujos migratorios (legal o ilegal).

**País receptor** País de destino o tercer país que recibe a una persona. En el caso del retorno o repatriación, también se considera país receptor al país de origen. País que, por decisión ejecutiva, ministerial o parlamentaria, ha aceptado recibir anualmente un cupo de refugiados o de migrantes.

**Remesa** Suma de dinero ganada o adquirida por no nacionales, transferida a su país de origen.

**Trabajador de temporada** Todo trabajador migrante cuyo trabajo, por su propia naturaleza, dependa de condiciones estacionales y sólo se realice durante parte del año. (Art. 2 (2) (b) de la Convención internacional sobre la protección de los derechos de todos los trabajadores migratorios y de sus familiares, de 1990).

**Trabajador migrante** Toda persona que vaya a realizar, realice o haya (realizado una actividad remunerada en un Estado del que no sea nacional. (Art. 2 (1) de la Convención sobre la protección de los derechos de todos los trabajadores migrantes y los miembros de su familia, 1990). Ver también gente de mar, trabajador de temporada, trabajador con empleo concreto, trabajador en estructura marina, trabajador fronterizo, trabajador itinerante, trabajador migrante documentado, trabajador por cuenta propia, trabajador vinculado a un proyecto.

**Trabajador migrante documentado** Trabajador migrante y sus familiares autorizados a ingresar, permanecer y trabajar en una actividad remunerada en el Estado de empleo de conformidad con su legislación interna y los acuerdos

de los que ese Estado es Parte. (Convención internacional sobre la protección de los derechos de todos los trabajadores migratorios y de sus familiares, 1990).

**Trabajador migrante indocumentado** Trabajador migrante o miembros de su familia que no estén autorizados a entrar, permanecer, trabajar en un país.

**Trabajador migrante temporal** Trabajador calificado, semicalificado y no calificado que permanece en el país receptor por períodos definidos, establecidos en el contrato de trabajo con un empleador individual o en un contrato de servicio concluido con una empresa. Llamados también trabajadores migrantes contratados.

**Trabajador migratorio** Ver trabajador migrante.