



INFORME ESPECIAL

# La población latina en Estados Unidos: un “gigante ¿dormido?”

Madrid, abril 2015

**d+i** desarrollando  
ideas

LLORENTE & CUENCA



1. INTRODUCCIÓN
2. PERFIL DEMOGRÁFICO DEL "GIGANTE" LATINO
3. EL PODER DE LA COMUNIDAD LATINA EN SU CONDICIÓN DE CONSUMIDORES Y VOTANTES
4. CONCLUSION: LA LATINOAMERICANIZACION DE ESTADOS UNIDOSÍNDICE

LLORENTE & CUENCA

## I. INTRODUCCIÓN

El objetivo de este informe es intentar caracterizar a la comunidad latina, analizar su peso y capacidad de influencia económica, política y social, así como sus aportaciones a la sociedad norteamericana.

El último censo de Estados Unidos, publicado en el 2010, considera el origen 'hispano o latino' como la herencia cultural, nacionalidad, linaje o país de nacimiento de la persona o de los padres o ancestros de esta persona antes de su llegada a Estados Unidos. Las personas que identifican su origen como hispano, latino o español pueden ser de cualquier raza. El "hispano o latino" se refiere a una persona cubana, mexicana, puertorriqueña, centro o sudamericana, o bien, de otro origen o cultura española, independientemente de la raza<sup>1</sup>.

Su extraordinario crecimiento, muy particularmente, desde 1970, ha transformado la "cara" de Estados Unidos, ya que su presencia como minoría mayoritaria reformula, cuanto menos el perfil étnico y cultural del país, tradicionalmente considerado blanco-europeo. Si bien la proyección de futuro de los latinos hace suponer que los cambios trascenderán mas allá de la apariencia física del país, ya que se prevé que alcancen considerables cotas de poder económico y político, en no muchos años. No obstante para entender el potencial presente y futuro latino conviene desechar ciertos estereotipos que reproducen una idea simplificada, que no se corresponde con la realidad de la comunidad latina y que no se encuentra exenta de prejuicios. Su caracterización pondrá de manifiesto su diversidad tanto en su configuración demográfica, social como política. Con ello se comprenderá mejor la aportación actual que realizan a la sociedad norteamericana y sus extraordinarias potencialidades.

Una de las generalizaciones más comunes es suponer que dicha comunidad es homogénea. La sociedad norteamericana desconoce las diferencias existentes entre las diferentes nacionalidades, sus tradiciones y culturas. Diferencias que insisten en señalar no sólo los inmigrantes recién llegados, como incluso las segundas y terceras generaciones residentes en Estados Unidos. No obstante, esa diversidad no se limita a las diferentes nacionalidades y a sus respectivas tradiciones, sino a la existencia de todo un universo social que abarca desde importantes fortunas, clase acomodada y media hasta sectores inmersos en la pobreza. En la mayoría de los casos las diferencias sociales están en relación con la formación académica, que también en buena parte explica esta diversificación en la estratificación

<sup>1</sup> <http://www.census.gov/prod/cen2010/briefs/c2010br-04sp.pdf>.

**“Lejos de estar dormida  
esta población está  
despierta y muy activa”**

económica y social. Sin embargo, para la sociedad norteamericana toda esta diversidad queda reducida a la categoría de latino, identificada como una población que habla el español y comparte el catolicismo como religión. A lo sumo el latino se identifica como mexicano dedicado al sector servicios en los puestos profesionales menos cualificados.

En esta línea de estereotipaciones, convendría detenerse en los términos con los que reiteradamente se califica a esta comunidad. Es muy común tanto en medios de prensa, como en artículos académicos, considerarla como un “gigante dormido”. Por lo que respecta al tamaño de la comunidad sí es acertado calificarle como gigante, pero también debe utilizarse este término para calificar su potencial. Desde 2002, los latinos son la mayor minoría existente en Estados Unidos. Su número asciende, según el censo de 2010, a 54 millones de personas. Además de espectacular, dicho crecimiento ha sido extraordinariamente rápido, pues en realidad es en 1970 cuando comienza un importante flujo de emigración que, desde entonces, ha ido creciendo exponencialmente.

Más cuestionable es el calificativo de “dormido”, utilizado para expresar la escasa participación política de esta comunidad, como votante y elector, en relación con el universo electoral que posee. El uso del derecho a voto, sin duda, le proporcionaría muchas más posibilidades de

presión y poder. Sin embargo, aun siendo cierto, todo indica que es una cuestión de tiempo que se irá resolviendo con el proceso de integración que tendrá lugar en términos de formación y promoción social de sus miembros. No obstante, eso no significa que no haya una tupida red de organizaciones y activismo social y político que represente las principales demandas de los emigrantes recién llegados, legales e ilegales, y de los latinos nacidos en Estados Unidos. Igualmente ha de tenerse en cuenta que estas dimensiones proporcionan a los latinos un peso específico, como votantes, aunque no todo el electorado utilice su derecho al voto, además de clientes y consumidores. Hasta el punto que desde hace tiempo no sólo se ha convertido en el “objeto de deseo” de los partidos políticos sino también de numerosas empresas. De manera que lejos de estar dormida esta población está despierta y muy activa.

El poder que les otorga su condición de consumidores y votantes genera una dinámica de interés que favorece la recreación permanente de la comunidad latina y del español. El esfuerzo de empresarios y políticos por atraer a este inmenso colectivo no hace más que visibilizar a los latinos y su singularidad, así como su lengua, más allá de la voluntad que éstos tengan de hacerlo. Este es un efecto no deseado por algunos sectores que serían partidarios de asimilar a la población inmigrante. Una

## “Esta transformación de la estructura de la población extranjera es radical”

posibilidad que cada vez parece más lejana, aunque las políticas de bilingüismo estatales dejen mucho que desear.

De manera que tanto las iniciativas de la comunidad latina como los intereses de la propia sociedad norteamericana, lejos de difuminar la particularidad latina, la potencia y le da continuidad, aumentando así su proyección.

### 2. PERFIL DEMOGRÁFICO DEL “GIGANTE” LATINO

El censo de 2010 constató un aumento en la población hispana de 15.2 millones entre el 2000 y 2010, representando más de la mitad de los 27.3 millones de aumento de la población total de los Estados Unidos. Esto significa un aumento de la población hispana en un 43% por ciento, o cuatro veces el crecimiento del país de 9.7%<sup>2</sup>. Este crecimiento demográfico no tiene precedente en la historia de Estados Unidos y parece que su proyección futura es igualmente importante, ya que si en 2010, según las cifras, llegaron a ser más del 16% de la población total, para 2020 se prevé que sean el 21%.

El origen de su presencia bajo este crecimiento espectacular se explica fundamentalmente por el cambio decisivo de política migratoria que tuvo lugar en 1970, cuando los inmigrantes no

sumaban más del 5%<sup>3</sup>. A partir de entonces gracias a las nuevas medidas adoptadas, mucho menos restrictivas, no sólo es posible una auténtica revolución demográfica, desde el punto de vista cuantitativo, sino una transformación en la procedencia de los inmigrantes, pues se da entrada a un cuantioso flujo procedente de América Latina y Asia, hasta el punto de modificar la estructura étnica del país.

En esta transformación de la estructura de la población extranjera es radical y se realiza en poco de tiempo. La tasa de europeos cae del 75%, en 1960, al 15%, en 2000, sumando 4,4 millones frente a los 7,3 previos. Y aunque el sector asiático advierte también un gran desarrollo y supone –con 7,2 millones– la cuarta parte del conjunto, lo vela el latino. China, el país emisor más importante de esa región y segundo en la lista de nacionalidades, aporta 1,4 millones, seis veces menos que México, el principal emisor. Hay que remontarse al censo de 1890 –cuando el 30% procedía de Alemania– para encontrar un índice tan elevado de una nacionalidad.

No obstante, las fuentes oficiales que contabilizan a la población latina, no contemplan a la población que vive y trabaja ilegalmente en cada estado. El Pew Research Center calculó que, en

<sup>2</sup> <http://www.census.gov/prod/cen2010/briefs/c2010br-04.pdf>.

<sup>3</sup> En este sentido fue decisivo la derogación de las Leyes de los *Orígenes Nacionales*, vigentes desde principios del siglo XX. Estas leyes establecían un sistema de cuotas por nacionalidades, que favorecía a los países occidentales y limitaba la inmigración.

**“Los blancos no hispanos se han convertido en la nueva minoría en las 100 mayores urbes del país”**

2011, había en el país 11,2 millones de indocumentados, cifra que representaba el 3,5 por ciento de la población del país. De ellos, la mayoría son mexicanos, constituyendo alrededor de la mitad de los inmigrantes ilegales en el país. La principal característica de esta población es que aunque en efecto representen el 3,5 por ciento de la población de Estados Unidos suponen el 5,1 por ciento de su fuerza laboral.

No obstante en 2012 se confirma, una tendencia que venía de años atrás, el descenso de la inmigración ilegal después de más de una década. Hay varios factores que explican esta tendencia y que confluyen al mismo tiempo. Para entenderlo es preciso tener en cuenta la crisis de la economía norteamericana, desde 2009, a diferencia del momento de prosperidad en la región, el aumento de las medidas de seguridad en la frontera norteamericana y el propio envejecimiento de la población mexicana.

Pese a todo, y aún contemplando este descenso, al sumar a toda la población hispana en su conjunto, Estados Unidos se ha convertido en la segunda comunidad más importante, después de México, de todo el mundo.

Si toda esta población hace predecible la importancia de este grupo en años venideros, contemplando además la juventud y la elevada natalidad de esta población, queda asegurado, más allá de nuevos flujos migratorios, el crecimiento sostenible, por muchos más

años. Tanto que en California, desde la década de los noventa, la natalidad asegura el crecimiento de la población latina y no los flujos migratorios. Igualmente interesante es el hecho de que, en determinadas localidades, hayan dejado de ser la minoría, desde hace años, y hayan superado a la población blanca no hispana. De hecho, según un estudio del Brookings Institution (2001), los blancos no hispanos se han convertido en la nueva minoría en las 100 mayores urbes del país. Del 52% en 1990, bajan al 44% en 2000.

#### DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

En 2010, 37.6 millones o el 75 por ciento de los hispanos vivían en los ocho estados con poblaciones hispanas de un millón o más (California, Texas, Florida, Nueva York, Illinois, Arizona, Nueva Jersey y Colorado). Respecto a los principales estados, los porcentajes eran considerables. En California conformaron 14.0 millones, el 28% del total de la población hispana. En Texas eran 9.5 millones (el 19%) y en Florida los 4.2 millones, representaban el 8% de la población hispana de los Estados Unidos. Su presencia en algunas regiones metropolitanas también es destacable como en Nueva York y Chicago.

Sin embargo, en la última década, además de las áreas tradicionales donde se han ubicados los latinos, también es posible constatar su expansión por el resto del país. La población hispana aumentó en los 50 estados.

**“Los mexicanos representaron alrededor de tres cuartas partes del aumento total de la población hispana”**

No puede dejar de contabilizarse, pese a las dificultades, a la población ilegal. También se concentra en determinados lugares, principalmente en seis estados –California, Texas, Florida, Nueva York, Nueva Jersey e Illinois–, donde residen el 60 por ciento del total.

#### CRECIMIENTO DE LAS DIFERENTES NACIONALIDADES LATINOAMERICANAS

La diversidad nacional es una característica de este grupo, aunque se haya quedado opacada bajo la categoría de hispano, si bien la población latinoamericana, persiste en identificarse antes de acuerdo a su país, que bajo la categoría de latino. Los grupos tradicionales y mayoritarios han sido los mexicanos y muy por detrás le siguen los puertorriqueños y los cubanos, los salvadoreños y los dominicanos. No obstante, cabe destacar un proceso de diversificación, también en esta cuestión, mediante el cual a este flujo migratorio se han incorporado otras nacionalidades. Estos “nuevos latinos” han experimentado igualmente un importante crecimiento y con ellos el aumento de la diversidad del mundo latino, lo que hace aún más cuestionable su uniformización dentro del conjunto de latinos o hispanos.

Respecto a los grupos mayoritarios, el de origen mexicano ha sido y es el grupo más grande, representando un 63% del total de la población hispana en los Estados Unidos. Este grupo aumentó en un 54% y reportó el mayor

cambio numérico, creciendo de 20.6 millones en el 2000 a 31.8 millones en 2010. Los mexicanos representaron alrededor de tres cuartas partes del aumento de 15.2 millones del total de la población hispana entre el 2000 y 2010.

Por estados, representan el mayor grupo hispano en 40 estados, con más de la mitad de estos estados en las regiones sur y oeste del país, dos estados en el noreste, y en todos los 12 estados de las regiones del centro del país.

Los puertorriqueños, el segundo grupo más grande, constituían el 9 por ciento de la población hispana, en el 2010, por debajo del 10 por ciento reportado en 2000. La población puertorriqueña aumentó en un 36 por ciento, de 3.4 millones a 4.6 millones. Los puertorriqueños fueron el mayor grupo hispano en seis de los nueve estados en el noreste y en un estado del oeste, Hawái, con una población de 44,000.

La población de origen cubano aumentó en un 44%, de 1.2 millones en el 2000 a 1.8 millones en 2010. Los cubanos representaron aproximadamente el 4% del total de la población hispana, tanto en el 2000, como en 2010 y fueron el grupo más grande de origen hispano, en Florida, llegando a ser 1.2 millones.

Con respecto a otras nacionalidades, como se ha señalado, se han ido diversificando, si bien por razones de proximidad, sin duda los centroamericanos, son

**“La población latina pasaría a ser un elemento estructural de la demografía norteamericana”**

los que han ido adquiriendo cada vez mayor presencia. Desde el año 2000, tres grupos de origen hispano sobrepasaron 1 millón de habitantes: salvadoreños (1.6 millones), dominicanos (1.4 millones) y guatemaltecos (1.0 millones).

En el 2010, las personas de origen salvadoreño (el 3% del total de la población hispana), aumentó de forma considerable entre el 2000 y el 2010, con un crecimiento de un 152%. Por lo que respecta a los guatemaltecos, entre 2000 y 2010, aumentaron en forma considerable, con un crecimiento de un 180 por ciento, llegando a constituirse en el 2% del total de la población hispana en el 2010.

Por su parte, los hispanos de origen sudamericano, aumentaron de 1.4 millones, en 2000, a 2.8 millones, en 2010, un aumento de un 105%. Esta población conformó el 5% del total de la población hispana en 2010<sup>4</sup>.

De acuerdo a los datos demográficos señalados se pueden obtener diferentes conclusiones:

- Desde 2000, el censo pone de manifiesto el espectacular crecimiento experimentado por la población latina, tanto por inmigración, como por nacimiento, con-

virtiéndose en la primera minoría del país.

- Desde 1970 hay nuevos flujos que aumenta el volumen y la diversidad preexistente y que explican este crecimiento exponencial, de los últimos años.
- Igualmente se aprecia nueva tendencia en la distribución de esta población, al extenderse de manera gradual por toda la geografía estadounidense, aunque al mismo tiempo se consolidan los asentamientos tradicionales. Con ello la población latina pasaría a tener presencia nacional y a ser un elemento estructural de la demografía norteamericana<sup>5</sup>.

#### **NIVELES DE FORMACIÓN Y EXTRACCIÓN SOCIAL**

En términos generales buena parte de la población inmigrante tiende a ocupar los escalafones más bajos de la sociedad, ocupando los puestos de trabajos menos cualificados y peor pagados que la población nacional no desea ocupar. Este es el caso de la población latina, pues tradicionalmente representaban, respecto a otros grupos inmigrantes, menor nivel educativo, factor que se ha reflejado en el mayor grado de

<sup>4</sup> Todos los datos demográficos señalados proceden del Censo de 2010, <http://www.census.gov/prod/cen2010/briefs/c2010br-04sp.pdf>.

<sup>5</sup> Sobre estos rasgos característicos véase, M<sup>a</sup> Jesús Criado, “Inmigración y población latina en los Estados Unidos: un perfil sociodemográfico”, Instituto Complutense de Estudios Internacionales-Fundación Telefónica (2007).



**“Los cubanos detentan la mejor posición en nivel educativo e ingresos”**

desempleo, ingresos más bajos y significativas tasas de pobreza.

Sin embargo, esta situación no es generalizable a toda la población latina y cada vez menos, según se van incorporando al sistema educativo las segundas generaciones. El mundo social latino también es diverso en su formación, así como en sus ingresos y su situación laboral.

No es de extrañar que los inmigrantes con una larga estancia en el país o los latinos nacidos en Estados Unidos, tengan una situación diferente que los recién llegados. La progresiva mejora de la segunda generación y anteriores, nacidos ya en Estados Unidos, hace posible que éstas tengan mayores posibilidades de formación, lo que se refleja en mejores sueldos y salarios. No obstante, los emigrantes salvadoreños y guatemaltecos, además de los mexicanos, como ya ha sido mencionado, son los que poseen peor formación de todas las minorías y en consecuencia los que se sitúan, con diferencia respecto a los otros grupos, en los segmentos sociales más bajos. En esta escala le siguen los dominicanos, y tras éstos, los peruanos y ecuatorianos.

En el otro extremo se encuentran los cubanos, el colectivo que detenta la mejor posición en nivel educativo e ingresos. En éstos hay una importante proporción con estudios de secundaria y universitaria. En estos niveles de formación habría que situar también a los sudamerica-

nos, como los colombianos. La diferencia radica en que mientras los cubanos habrían adquirido su formación en Estados Unidos, en el caso sudamericano, parten de una buena formación adquirida en sus respectivos países, a diferencia de los caribeños o los centroamericanos.

No obstante, cabe apuntar que pese a las mejoras experimentadas, los índices de fracaso escolar y deserciones antes de acabar la secundaria, en el caso de la población latina, supera al resto de las minorías. Un aspecto que redundaría en la imagen de una parte de la sociedad norteamericana a los que estos datos les confirman un supuesto desinterés e incluso incapacidad por la superación personal. Bajo esta imagen no se contemplan las dificultades y obstáculos que implican la marginalidad o la pobreza. De hecho, en muchas ocasiones este abandono escolar se debe a la necesidad de trabajar para obtener ingresos. Sin embargo, cabe insistir de nuevo en la distinción con las segundas generaciones, donde los resultados escolares y el nivel formativo son mayores. Los peores resultados, no por casualidad, se encuentran en los grupos que han llegado más recientemente, corroborando así la precariedad de las condiciones de vida de estos sectores de población inmigrante y las limitaciones del sistema educativo para poder integrarlos.

No obstante, dentro de este grupo de los recién llegados habría diferenciar a los *dreamers*,



**“Es de particular interés señalar la existencia de una pujante clase media”**

que pese a ser un colectivo de jóvenes ilegales, tiene buena formación, incluso universitaria. En muchos casos han ido incluso a estudiar a Estados Unidos y se quedan como ilegales, cuando sus visados finalizan y corren permanentemente el riesgo de ser deportados. El Presidente Obama es muy consciente de las aportaciones que pueden realizar estos jóvenes, formados en Estados Unidos y que finalmente sus iniciativas empresariales, por su situación irregular, no las podrán llevar a cabo en el país, pese a los beneficios que dichas iniciativas pueden aportar a la economía norteamericana y a su competitividad. Este colectivo está incluido en la reforma pretendida por el Presidente norteamericano.

Más allá de este grupo en particular, la formación se refleja en la posición social y en los salarios. En efecto, el perfil educacional señalado explica en buena parte que los inmigrantes latinos se encuentren en sectores ocupacionales y puestos de trabajos poco cualificados. Sin embargo, no son el único grupo. Además de la élite hispana que ha logrado situarse en Estados Unidos y cuyos nombres se publican en los rankings sobre los hispanos más influyentes en Estados Unidos<sup>6</sup>, es de particular interés señalar la existencia de una pujante clase media que progresivamente se va fortaleciendo y que se correspondería con las segundas generaciones, más formadas y con más cualificación.

Todos los factores contemplados hacen pensar en un cambio general en la población latina mediante el cual cabe suponer mayores posibilidades de cualificación y promoción social, como se puede apreciar en los diez últimos años. Esta suposición se basa en el descenso de la población inmigrante, desde 2007, y en el crecimiento natural de la población latina ya instalada en Estados Unidos. Un colectivo que cuenta con más recursos y posibilidades de proporcionar formación a sus hijos y por tanto de mejorar su situación económica y social. De manera que otros de los estereotipos que pesan sobre la población hispana de Estados Unidos queda desmentido por la realidad puesto que no sólo está integrada por personas sin recursos y de escasa formación, recién llegada al país, sino que está integrada por todo un universo socio-económico, que según los casos hace tiempo que está instalada en el país.

### 3. EL PODER DE LA COMUNIDAD LATINA EN SU CONDICIÓN DE CONSUMIDORES Y VOTANTES

El crecimiento cuantitativo, de magnitud espectacular desarrollado por esta población y la progresiva mejora que está experimentando su situación social y su capacidad adquisitiva las convierte en un centro de atención prioritario para empresarios y partidos. Desde hace algunos años, las deman-

<sup>6</sup> Véase revista Time en 2005.

**“Muestra del dinamismo de la sociedad latina es la evolución experimentada por su sector empresarial”**

das de esta comunidad están reconfigurando el mercado nacional, ya que constituye un mercado real y potencial extraordinario, pero en la misma medida también han obligado a un cambio en los contenidos de las agendas políticas, tanto del partido demócrata, como del republicano.

Este interés por la población latina, en general, ha hecho más presente a los latinos en la sociedad norteamericana. En otras palabras, las campañas publicitarias y electorales, en busca de clientes y de votantes, lejos de invisibilizarla, la hace cada vez más visible tanto a los latinos, como al idioma español. Un aspecto que, sin embargo no siempre pasa desde la administración estatal, donde en muchos estados se fomenta el *only english* y no se fomenta el bilingüismo.

**LOS EMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES LATINOS**

Las dimensiones de la comunidad latina no han pasado desapercibidas ni para los empresarios latinos, ni norteamericanos, quienes observan un gran mercado que tiende a consolidarse con el crecimiento de una clase media y joven.

Muestra del dinamismo de la sociedad latina es la evolución experimentada por su sector empresarial, que desde los noventa ha experimentado un fuerte crecimiento. La mayoría de las empresas hispanas son pequeñas empresas, cuyo auge se nota no sólo en su permanente aporte

a la creación de empleos, sino también en el desarrollo de toda una cultura empresarial hispana que empuja la economía del país. “La mayoría de las empresas de hispanos son pequeñas, y los pequeños negocios están creando dos de cada tres puestos de trabajo en Estados Unidos”, según ha afirmado el presidente de la Cámara de Comercio Hispana (USHCC), Javier Palomarez. Según el mismo testimonio además agregó que mientras los pequeños negocios declinaron y dejaron de crear nuevos empleos, entre 2008 y 2010, durante la crisis, los hispanos en el mismo periodo crearon 581.000 nuevos negocios. En enero pasado, el pequeño comercio añadió 46.000 de los 257.000 nuevos puestos de trabajo en el país, lo que situó la tasa de desempleo general en el 5,7%, mientras que en latinos fue del 6,7%. Los hispanos “son probablemente una de las comunidades más importantes en la creación de trabajos en el país”.

No sólo contribuyen a la economía nacional y generan empleos, sino que además están abriendo nuevos espacios de negocios a los tradicionales. Por otro lado, Palomarez indicó que a los sectores tradicionalmente impulsados por empresarios latinos, como son la construcción, los servicios, la agricultura y el transporte, se suma ahora la industria de la tecnología. La causa fundamental está relacionada con la edad media del empresario latino, que es de 26 años, frente a los 43 de la media general. “Según el empresario citado, “como somos

**“Ni es una comunidad integrada sólo por una población con pocos recursos, ni carece de iniciativa, ni ambición”**

más jóvenes, tenemos un mejor dominio de la tecnología”.

Esta versión se reitera en los datos oficiales y en los diferentes representantes del empresariado latino. María Contreras-Sweet, directora de la Administración de Pequeños Negocios (SBA), quien coincide en afirmar el “crecimiento y fortalecimiento de las empresas de propiedad de latinos”, recordó que más de 3 millones de latinos son dueños de pequeños negocios en el país, y que representan una inyección a la economía de “500.000 millones de dólares anuales”.

A ello es preciso agregar un aspecto de interés pues apunta que estas iniciativas favorecen el desarrollo de una cultura especial empresarial, ya que la comunidad latina está generando sus propias empresas, creando tres veces más negocios que el promedio nacional. De nuevo la realidad se contradice con el estereotipo que la sociedad norteamericana posee de la comunidad latina. Ni es una comunidad integrada sólo por una población con pocos recursos, ni carece de iniciativa, ni ambición. Estos datos definitivamente expresan una imagen muy diferente a la generalización de la población inmigrante hispana, que supuestamente carece de afán de superación y de ambición<sup>7</sup>.

Prueba de esta diversidad, es el ejemplo de la población mexicana, que presenta serios problemas de formación y sufre peor situación económica, que otros grupos, sin embargo, al mismo tiempo los empresarios de origen mexicano son dueños de mucho más negocios pequeños, en Estados Unidos, que cualquier otro grupo de inmigrantes en este país, según reveló un estudio publicado por el Instituto de Política Fiscal, en 2012<sup>8</sup>. De acuerdo a este informe "esto no debe ser una sorpresa debido a que los mexicanos son la población inmigrante más grande del país, pese a que esta no sea siempre la imagen que existe de los inmigrantes como dueños de negocios”.

### CONSUMIDORES

Muestra de esta capacidad para progresar y de la mejora en el bienestar de esta comunidad es su capacidad adquisitiva. La sociedad hispana se ha tornado en un motor clave para el consumo. Su poder adquisitivo en 2010 se fijó en un billón de dólares y está previsto que, en 2015, alcance los 1,5 billones de dólares. Si los latinos que residen aquí fueran considerados como una economía independiente, serían la novena del mundo, un potencial que tiene muy presente las compañías y los emprendedores estadounidenses que se han dado cuenta de la importancia de penetrar en

<sup>7</sup> Los datos comentados se encuentran en <http://www.univisionsandiego.com/2015/02/13/la-cultura-empresarial-latina-impulsa-la-creacion-de-empleos-en-ee-uu/>, 13/2/15.

<sup>8</sup> Informe "Dueños inmigrantes de pequeños negocios. Una importante y creciente parte de la economía”.

**“Desde mediados del siglo XX, se detecta una mayor preocupación por el electorado latino”**

el mercado hispano. A la clase media, se suman como consumidores un nutrido grupo entre ésta y la población con escasos recursos, que también posee cierta capacidad adquisitiva y que también es objeto de interés para muchos empresarios<sup>9</sup>.

Las posibilidades de este mercado obligan a los empresarios a sofisticar sus formas de captación y a atender sus especificidades. Por ese motivo, de los anuncios publicitarios iniciales, traducidos al español, fundamentalmente de las compañías dedicadas a transferir dinero, hoy día se analiza las especificidades y demandas particulares del mercado latino.

Prueba del interés por dicho mercado y del desarrollo que esta adquiriendo es la búsqueda de los objetos de consumos que son de especial predilección

para estos consumidores. No sólo eso, el interés por captar a estos nuevos clientes está obligando a pensar también en los lugares y los entornos que sean más gratos para ellos. Esto explica la proliferación de los *latinos malls*, donde se seleccionan cuidadosamente marcas de ropa y tallas que se correspondan con los gustos latinos<sup>10</sup>.

#### VOTANTES

Desde mediados del siglo XX, se detecta una mayor preocupación por el electorado latino, sin embargo, la campaña de Bill Clinton de 1996 sí que supuso un verdadero punto de inflexión en las estrategias y mensajes de los demócratas dirigidas al público latino<sup>11</sup>. A partir de entonces ningún candidato, demócrata o republicano, ha podido obviar a la población latina e ignorar sus

<sup>9</sup> Para una caracterización del mercado latino véase Informe Nielsen: State of the Hispanic Consumer: The Hispanic Market Imperative, <http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2012/state-of-the-hispanic-consumer-the-hispanic-market-imperative.html>, 17/04/12.

<sup>10</sup> En este sentido tiene todo su interés la existencia de empresas que a su vez asesoran a las empresas norteamericanas para atraer al consumidor latino. Este es el caso del empeño del empresario, José de Jesús Legaspi, fundador de The Legaspi Company, que lleva dedicado a estas iniciativas desde 1977 y que enseña a los proveedores norteamericanos cómo adaptarse a los gustos del consumidor hispano y a sus tallas. “Los hispanos tienen el pie más pequeño. Los fabricantes estadounidenses creen que a ellos no les gustan sus zapatos porque no los compran, pero el problema es que no traen números pequeños, esa es la razón por la que los consumidores hispanos no adquieren sus modelos”. Legaspi trata de hacer entender a los comerciantes de Macy’s, Marshall’s o Forever 21, que las tallas de los latinos son menores y que, a diferencia del cliente estadounidense, “a ellos les gusta comprar cuando alguien les atiende, cuando se les explica cómo es el producto que van a comprar”, explica Legaspi. “Trabajamos con los proveedores para que puedan reconocer intelectualmente cómo es el consumidor latino, para que luego ellos mismos puedan desarrollar su sentido de mercadotecnia y sean capaces de llegar mejor al mercado hispano”, señala.

<sup>11</sup> La redacción del documento Latino Communications Strategy, 1994-1996, elaborado por Andy Hernández y la creación de una oficina donde se preparaba todo el material dirigido al público hispano (elaboración de dossieres de prensa, briefings, notas y traducción de documentos), para el Comité Demócrata, indica la importancia que comienza a adquirir, desde entonces, el voto hispano.

**“No parece descabellado, a día de hoy, pensar en un próximo Presidente de Estados Unidos de origen hispano”**

preocupaciones. Muy al contrario desean captar su atención y para ello se dirigen a ellos directamente en español.

No es de extrañar este creciente interés, si consideramos las extraordinarias dimensiones del electorado latino y su progresivo crecimiento. De los 55 millones de hispanos, el 17% de la población de Estados Unidos, 25,2 millones tienen derecho al voto. Este electorado está creciendo constantemente, de acuerdo a la juventud de la población latina. Así "cada mes, unos 50.000 jóvenes latinos que son ciudadanos llegan a la edad de 18 años y entran en ese electorado potencial", según Arturo Vargas, director de la Asociación Nacional de Funcionarios Latinos Electos y Designados. Este crecimiento, según destacan los expertos, no está atado a la inmigración recién llegada, sino a los latinos de segunda y tercera generación, crecidos en Estados Unidos de padres o abuelos latinoamericanos y ciudadanos por nacimiento.

De acuerdo a las dimensiones de este electorado, no parece descabellado, a día de hoy, pensar en un próximo Presidente de Estados Unidos de origen hispano. En principio ya habría nacido y alcanzaría la presidencia en 20 años<sup>12</sup>.

La importancia de este electorado se hace más evidente

que nunca, por la centralidad que ocupa en las campañas electorales. Cada partido posee un grupo u oficina dedicada por completo a esta población, mantienen páginas web y audiciones semanales en español y tienen extraordinario interés por conseguir representantes latinos que se postulen a cargos electivos, ya que es una forma de atraer a estos votantes.

Además de ello, las preocupaciones latinas están presentes en sus discursos, los dos se publicitan como el destino natural de los votos hispanos –unos, por su tradicional defensa de los derechos de las minorías; los otros, por encarnar los valores familiares y tradicionales que suelen atribuirse a los hispanos, y critican y desestiman los esfuerzos del bando contrario al que acusan, bien de poner toda su energía y recursos en una pura campaña de marketing–.

Esta competencia se desarrolla para la captación de votos en todo el país, pues la presencia latina también lo es, pero además adquiere una muy particular importancia en determinados estados. De los 50 estados de la nación, realmente nueve están en disputa, los otros están básicamente decididos porque muestran una inclinación histórica muy marcada hacia un partido u otro. Y en esos nueve, entre el 15% y el 20% de los votantes son latinos.

<sup>12</sup> El País, 19/10/14, [http://internacional.elpais.com/internacional/2014/10/19/actualidad/1413733870\\_041970.html](http://internacional.elpais.com/internacional/2014/10/19/actualidad/1413733870_041970.html), La República, 29/01/09, <http://www.larepublica.pe/26-01-2009/aseguran-que-el-primer-presidente-hispano-de-eeuu-ya-ha-nacido>.

**“La influencia hispana es cada vez mayor en toda la sociedad”**

Se trata de 3 millones de votos, según ha detallado Antonio González, presidente del Instituto William Velázquez. En particular, el peso de la principal minoría se hará sentir más fuerte en Nevada, Colorado, Nuevo México y Florida. Así se demostró para la victoria de George W. Bush en 2004, y para la de Obama.

Todos estos datos ponen de manifiesto el poder que el número de votantes otorga a la comunidad latina, poder que podría ser aún más importante si la participación del electorado latino fuera mayor. Aunque creciente, el número de participación electoral es bajo, así como el de personas elegibles. Aunque 11,2 millones de latinos votaron en las elecciones del 2012, sólo constituyeron el 48%, de quienes podían participar en las urnas. Una participación menor que en 2008, ya que fue del 49%. En cuanto a aquellos candidatos que aspiran a ser elegido, su número, aunque igualmente en crecimiento, sigue sin ser representativo del tamaño de la comunidad latina. Aunque las elecciones del 4 de noviembre de 2014 dieron como resultado el mayor porcentaje de hispanos (con 29 políticos en el Congreso y tres en el Senado, lo que constituye el 8% de los miembros del Congreso) está muy lejos todavía de su peso

porcentual en la población estadounidense.

Sin embargo, no sólo aumenta el número de ciudadanos de origen hispano, con derecho a voto, también los candidatos que aspiran a ser elegidos en todos los niveles de la administración, ya sea local, estatal e incluso federal. “Un panorama que refuerza la idea de que, elección a elección, año a año, la influencia hispana es cada vez mayor en toda la sociedad y, cómo no, también en la política”<sup>13</sup>.

La recapitulación de los temas abordados no sólo pone de manifiesto el poder de la comunidad latina por su cantidad, sino también por su capacidad:

- Su capacidad adquisitiva creciente favorece la creación de un mercado específico, en el que participa muy activamente el empresariado latino, en permanente crecimiento. Como así también lo hacen, en consecuencia, una clase media y profesional
- La proyección política es más lenta, aunque en crecimiento. Lo que no significa que esta comunidad sea, en cualquier caso, decisiva para los resultados electorales y por tanto “objeto de deseo” para el partido demócrata y republicano.

<sup>13</sup> D. Ureña e I. Royo, “El papel del voto hispano en las elecciones de noviembre en EEUU”, ARI, 51/4014, Real Instituto Elcano, [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/web/rielcano\\_es/contenido?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/elcano/elcano\\_es/zonas\\_es/eeuu-dialogo+trasatlantico/ari51-2014-urena-royo-papel-del-voto-hispano-elecciones-de-noviembre-eeuu-2014#VQAk9PmG9E4](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/web/rielcano_es/contenido?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/elcano_es/zonas_es/eeuu-dialogo+trasatlantico/ari51-2014-urena-royo-papel-del-voto-hispano-elecciones-de-noviembre-eeuu-2014#VQAk9PmG9E4).

**“La ambición por captar consumidores y votantes no hace más que dar centralidad a los mismos latinos y al español”**

#### **4. CONCLUSION: LA LATINOAMERICANIZACION DE ESTADOS UNIDOS**

Pese a los datos expuestos no hace muchos años, principios de la década de 2000, se mostraban las dudas sobre la supervivencia de la comunidad latina, como tal, y del español, en tanto seña fundamental de identidad. Los datos expuestos en estas páginas y las iniciativas y progresos de esta sociedad muy posiblemente hayan puesto por sí mismas de manifiesto que esta posibilidad no parece ya posible. La afirmación de lo latino no tiene marcha atrás y definitivamente se incorpora como un elemento estructural a la sociedad norteamericana, con los cambios que significa para dicha sociedad.

De particular interés es la dinámica que ha despertado la población latina, pues recrea y alimenta de manera continua su existencia y relevancia. En dicha dinámica no sólo están implicados los propios latinos, sino buena parte del resto de la sociedad. La ambición por captar consumidores y votantes no hace más que dar centralidad a los mismos latinos y al español. Por tanto, además de las voluntades más o menos firmes de esta comunidad, de no abandonar sus tradiciones y su lengua, hay una dinámica social espontánea, surgida de la importancia adquirida por los latinos que también, de manera decisiva, favorece esta latinoamericanización de Estados Unidos.

Este proceso no deja de contradecirse con la idea de nación anglosajona uniformada bajo la asimilación cultural. No parece muy realista mantener, aunque sigan existiendo partidarios, los procesos de asimilación cultural que se llevaron a cabo con las oleadas de inmigrantes anteriores, pues tradicionalmente la diversidad de lenguas ha sido considerada una amenaza a la unidad de la nación. Motivo por el cual las oleadas de inmigrantes anteriores como los alemanes, italianos, o polacos perdieron su legado lingüístico. Desde los noventa el empeño en establecer el *only english*, ha dado lugar a que la mitad de los estados hayan prohibido el uso de otras lenguas que no sean el inglés en sus administraciones. Esta misma corriente tampoco considera el bilingüismo como una solución y también se ha llegado, en algunos estados, a prohibir la educación bilingüe. Esta es una posición que se contradice, por completo, con los propios aspirantes al poder, quienes al dirigirse a sus potenciales votantes en español, además de ser un gesto de deferencia, están haciendo presente un idioma y la normalización de su uso.

Un uso que se hace obligado incluso para las propias instituciones gubernamentales, pese a las resistencias, ante la demanda de servicios de los contribuyentes latinos. Por ello, hospitales, bomberos y cuerpos de seguridad ciudadana fomentan o promueven, de un modo



**“Para muchos observadores ‘el futuro de Estados Unidos es hispano’”**

u otro, las habilidades lingüísticas de sus miembros<sup>14</sup>.

En definitiva, considerando la evidencia de la realidad y la generalización de una visión multicultural, no parece que las posturas asimilacionistas tengan mucho futuro. Sin embargo, esto no significa que pese a que los latinos sean votantes, contribuyentes y consumidores, la segregación y la discriminación también formen parte de la realidad.

Sin duda, la existencia de la comunidad latina dependerá de la voluntad de sus miembros de ser identificados como tal y querer preservar su particularidad. En cualquier caso, es evidente que poseen el poder necesario para proyectarse como comunidad y ocupar un lugar importante en la sociedad norteamericana. Para muchos observadores “el futuro de Estados Unidos es hispano”<sup>15</sup>, y la realidad así lo pone en evidencia. Sin embargo, no todo depende de la población latina, también es preciso tener en cuenta hasta qué punto la

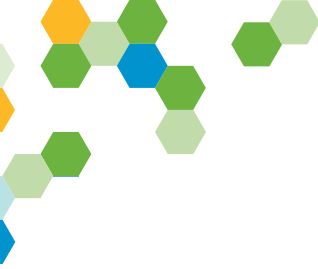
sociedad norteamericana está preparada para acoger, desde el punto de vista económico, político y cultural, a esta población.

Desde 2013 se encuentra pendiente la reforma migratoria, por entonces el Congreso aprobó con el voto de ambos partidos, revisar el sistema de emigración. Sin embargo, el proceso no ha avanzado, por diferentes circunstancias. En un intento de cambiar esta situación y cumplir con una promesa electoral, desde enero de este año, el Presidente Obama ha decidido iniciar una reforma parcial, mediante decretos presidenciales. Un intento, por el momento, ya que desde el poder judicial ha sido nuevamente bloqueado.

Todas estas dificultades hacen aún más deseable su solución. La importancia de esta reforma es indudable, pues mediante la misma se pretende regularizar la situación de 11 millones de personas, en situación irregular en el país. Sin embargo, la reforma, aunque ahora parezca la solución a todos los problemas,

<sup>14</sup> Los médicos del hospital Presbiteriano de Nueva York, por ejemplo, vinculado a la universidad de Columbia y situado en el corazón de Washington Heights, foco de concentración dominicana, reciben al incorporarse un curso intensivo sobre términos y conocimientos básicos relacionados con el área, formación que continúan en otros cursos a lo largo del año. En Texas los agentes de policía deben superar un curso de español, que costea la institución, para obtener el grado de suboficial. En Phoenix (Arizona), en julio de 2002, se puso en marcha en un parque de bomberos el primer programa de inmersión para aumentar la dotación de miembros bilingües. El proceso afecta igual a la esfera educativa. En Dallas (Texas), cuyo distrito escolar es más de la mitad hispano (57%), y cerca del 30% con limitaciones en inglés, se aprobaba, en octubre 2002, financiar con un millón de dólares la formación en español conversacional de los docentes con algún conocimiento previo de español.

<sup>15</sup> Daniel Ureña, “El futuro de Estados Unidos será Hispano”, 20/03/2014, <http://www.elmundo.es/opinion/2014/03/20/532b5084268e3eb20a8b458d.html>.



**“La mayoría blanca,  
deberá aprender a vivir  
en un mundo diverso”**

no sería suficiente. Aún aprobándose en su integridad continuaría pendiente la integración de los 50 millones de latinos que viven en Estados Unidos. Para ello, sin duda, se deben establecer puentes de diálogo y el conocimiento mutuo, fuera de prejuicios simplistas. Para esta integración es necesario el desarrollo de un diálogo entre compatriotas que deben conocerse y reconocerse como tales.

Para ello, los latinos y sus hijos deberán seguir aprendiendo inglés y conociendo la historia de Estados Unidos. Pero al mismo tiempo la mayoría blanca, deberá aprender a vivir en un mundo diverso, como es su propia realidad nacional, donde tendrán que considerar las perspectivas de sus compatriotas de lengua española<sup>16</sup>. Por tanto, el reto no sólo está presente para la población latina, sino para toda la sociedad norteamericana en su conjunto.

---

<sup>16</sup> Para esta propuesta de integración W. Carrigan y C. Webb, “La reforma de la inmigración y la historia hispana en estados Unidos”, 1/03/15, [http://internacional.elpais.com/internacional/2015/03/01/actualidad/1425166727\\_525835.htm](http://internacional.elpais.com/internacional/2015/03/01/actualidad/1425166727_525835.htm). 1

## DIRECCIÓN CORPORATIVA

José Antonio Llorente  
Socio Fundador y Presidente  
jalloriente@llorenteycuenca.com

Enrique González  
Socio y CFO  
egonzalez@llorenteycuenca.com

Jorge Cachinero  
Director Corporativo de Innovación  
jcachinero@llorenteycuenca.com

## DIRECCIÓN ESPAÑA Y PORTUGAL

Arturo Pinedo  
Socio y Director General  
apinedo@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo  
Socio y Director General  
acorujo@llorenteycuenca.com

## DIRECCIÓN AMÉRICA LATINA

Alejandro Romero  
Socio y CEO América Latina  
aromero@llorenteycuenca.com

Luisa García  
Socia y CEO Región Andina  
lgarcia@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo  
Socio y CFO América Latina  
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

## DIRECCIÓN RR.HH.

Antonio Lois  
Director de RR.HH.  
para América Latina  
alois@llorenteycuenca.com

Daniel Moreno  
Gerente de RR.HH.  
para España y Portugal  
dmoreno@llorenteycuenca.com

## ESPAÑA Y PORTUGAL

### Barcelona

María Cura  
Socia y Directora General  
mcura@llorenteycuenca.com

Muntaner, 240-242, 1º-1ª  
08021 Barcelona (España)  
Tel. +34 93 217 22 17

### Madrid

Joan Navarro  
Socio y Vicepresidente  
Asuntos Públicos  
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla  
Socio y Director Senior  
amoratalla@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 - planta 3  
28001 Madrid (España)  
Tel. +34 91 563 77 22

### Lisboa

Madalena Martins  
Socia  
mmartins@llorenteycuenca.com

Tiago Vidal  
Director General  
tvidal@llorenteycuenca.com

Carlos Ruiz  
Director  
cruiz@llorenteycuenca.com

Rua do Fetal, 18  
2714-504 S. Pedro de Sintra  
Tel: + 351 21 923 97 00

## MÉXICO, CENTROAMÉRICA Y CARIBE

### México

Juan Rivera  
Socio y Director General  
jrivera@llorenteycuenca.com

Av. Paseo de la Reforma 412, Piso 14,  
Col. Juárez, Del. Cuauhtémoc  
CP 06600, México, D.F.  
(México)  
Tel: +52 55 5257 1084

### Panamá

Javier Rosado  
Socio y Director General  
jrosado@llorenteycuenca.com

Av. Samuel Lewis.  
Edificio Omega - piso 6  
Panamá  
Tel. +507 206 5200

### Santo Domingo

Alejandra Pellerano  
Directora General  
apellerano@llorenteycuenca.com

Av. Abraham Lincoln 1069  
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7  
Santo Domingo  
(República Dominicana)  
Tel. +1 809 6161975

## REGIÓN ANDINA

### Bogotá

María Esteve  
Directora General  
mesteve@llorenteycuenca.com

Carrera 14, # 94-44. Torre B - of. 501  
Bogotá (Colombia)  
Tel: +57 1 7438000

### Lima

Cayetana Aljovín  
Gerente General  
caljovin@llorenteycuenca.com

Av. Andrés Reyes 420, piso 7  
San Isidro. Lima (Perú)  
Tel: +51 1 2229491

### Quito

Catherine buelvas  
Directora General  
cbuelvas@llorenteycuenca.com

Avda. 12 de Octubre N24-528 y  
Cordero - Edificio World Trade  
Center - Torre B - piso 11  
Quito (Ecuador)  
Tel. +593 2 2565820

## AMÉRICA DEL SUR

### Buenos Aires

Pablo Abiad  
Socio y Director General  
pabiad@llorenteycuenca.com

Enrique Morad  
Presidente Consejero  
para el Cono Sur  
emorad@llorenteycuenca.com

Av. Corrientes 222, piso 8. C1043AAP  
Ciudad de Buenos Aires  
(Argentina)  
Tel: +54 11 5556 0700

### Rio de Janeiro

Yeray Carretero  
Director  
ycarretero@llorenteycuenca.com

Rua da Assembleia, 10 - Sala 1801  
Rio de Janeiro - RJ - 20011-000  
(Brasil)  
Tel. +55 21 3797 6400

### São Paulo

Juan Carlos Gozzer  
Director General  
jcgozzer@llorenteycuenca.com

Rua Oscar Freire, 379, Cj 111,  
Cerqueira César  
São Paulo - SP - 01426-001  
(Brasil)  
Tel. +55 11 3060 3390

### Santiago de Chile

Claudio Ramírez  
Socio y Gerente General  
cramirez@llorenteycuenca.com

Magdalena 140, Oficina 1801.  
Las Condes.  
Santiago de Chile (Chile)  
Tel. +56 2 24315441



**d+i** desarrollando  
ideas  
LLORENTE & CUENCA

**Desarrollando Ideas** es el Centro de Liderazgo a través del Conocimiento de LLORENTE & CUENCA.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

**Desarrollando Ideas** es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la sociedad y tendencias de comunicación, desde un posicionamiento independiente.

Porque la realidad no es blanca o negra existe **Desarrollando Ideas**.

[www.desarrollando-ideas.com](http://www.desarrollando-ideas.com)

[www.revista-uno.com](http://www.revista-uno.com)