

**Título del Proyecto  
de Investigación a que corresponde el Reporte Técnico:**

Inmigrantes e indígenas emprendedores en Estados Unidos y México: diagnóstico, caracterización y socialización de los factores que contribuyen a su éxito y competitividad

**Tipo de financiamiento**

Sin financiamiento

Autores del reporte técnico:

Carmen Patricia Jiménez Terrazas  
Josefa Melgar Bayardo  
Patricia Ramos Rubio  
Blanca Lidia Márquez Miramontes  
Flor Rocío Ramírez Martínez  
Jesús Alberto Urrutia de la Garza  
Carlos Jesús González Macias  
Miguel Mujica

# **Inmigrantes e indígenas emprendedores en Estados Unidos y México: diagnóstico, caracterización y socialización de los factores que contribuyen a su éxito y competitividad**

## **Resumen del reporte técnico en español** (máximo 250 palabras)

El objetivo de este proyecto es analizar los factores que pueden contribuir al éxito y a la competitividad de los inmigrantes y de los grupos étnicos emprendedores. Para ello se pretende realizar un estudio empírico entre los inmigrantes y las comunidades indígenas en el sur de USA y el norte de México, específicamente en Ciudad Juárez – El Paso, mediante un acercamiento documental y cuantitativo conforme a la metodología de acuerdo a las siguientes fases del plan de trabajo: (fase 1) Revisión de la bibliografía y construcción de marco teórico, (fase 2) diseño de cuestionario, (fase 3) selección de la muestra, (fase 4) trabajo de campo (fase 5) Codificación y tabulación de resultados y (fase 6) Extracción de conclusiones y elaboración del informe final. Los resultados a una muestra de 69 participantes aplicada a empresarios migrantes emprendedores tanto en México como en EUA revelan que, el 58% considera a su empresa como una empresa individual registrada y el 60% de los propietarios son hombres. El 78% son de la primera generación, esto es, empresas de quienes crearon la empresa y el 68% con formación universitaria. Actualmente estas empresas cuentan en un 52% con 1 propietario, 68% con 0 empleados no pagados y 20% con 2 empleados pagados. Como conclusión, estos negocios son predominantemente pequeños, de base familiar, que proliferan sobre todo en barrios con una marcada concentración de población extranjera y que pueden partir de una posición de desventaja en el mercado laboral debido a sus limitaciones, como, lenguaje, diferencias culturales, falta de formación, o discriminación entre otros.

## **Resumen del reporte técnico en inglés** (máximo 250 palabras):

*The objective of this project is to analyze the factors that can contribute to the success and competitiveness of immigrants and entrepreneurial ethnic groups. To do this, an empirical study is intended to be carried out among immigrants and indigenous communities in the south of the USA and the north of Mexico, specifically in Ciudad Juárez - El Paso, through a documentary and quantitative approach according to the methodology according to the following phases of the work plan: (phase 1) Review of the bibliography and construction of the theoretical framework, (phase 2) design of the questionnaire, (phase 3) selection of the sample, (phase 4) field work (phase 5) Coding and tabulation of results and (phase 6) Extraction of conclusions and preparation of the final report. The*

*results of a sample of 69 participants applied to entrepreneurial migrant entrepreneurs both in Mexico and the US reveal that 58% consider their company as a registered individual company and 60% of the owners are men. 78% are from the first generation, that is, companies of those who created the company and 68% with university education. Currently, these companies have 52% 1 owner, 68% 0 unpaid employees and 20% 2 paid employees. In conclusion, these businesses are predominantly small, family-based, that proliferate especially in neighborhoods with a marked concentration of foreign population and that can start from a disadvantaged position in the labor market due to their limitations, such as language, cultural differences, lack of training, or discrimination among others.*

### **Palabras clave:**

Migrantes emprendedores, indígenas emprendedores, negocios de migrantes

### **Usuarios potenciales** (del proyecto de investigación)

Los resultados de esta investigación podrán ser útiles a la administración pública (para la creación o adecuación de política pública), así como a asesores y consultores de emprendimiento

**Reconocimientos** (agradecimientos a la institución, estudiantes que colaboraron, instituciones que apoyaron a la realización del proyecto, etc.)

## **1. INTRODUCCIÓN**

Los inmigrantes e indígenas emprendedores son un fenómeno socio-económico que ha despertado el interés de académicos y organismos públicos desde diferentes perspectivas teóricas. El enfoque de investigación sobre los inmigrantes y los indígenas emprendedores es interdisciplinar y recoge diferentes disciplinas como gestión empresarial, política económica o sociología. Los negocios de inmigrantes e indígenas es un tópico de investigación relativamente reciente (medio siglo aproximadamente) que tiene importantes implicaciones para las políticas públicas y está empezando a ser visto como un importante vehículo del crecimiento económico y un importante factor de integración de los inmigrantes y de los indígenas. La literatura sobre el rendimiento de los negocios de inmigrantes y de los indígenas se fundamenta en las teorías del capital humano, capital social y el capital cultural; adicionalmente, determinados autores utilizan el marco de la teoría de recursos y capacidades. Los recursos y capacidades que disponen los inmigrantes y los indígenas pueden explicar la estrategia y el rendimiento de sus negocios.

Existe una gran diversidad de estudios empíricos sobre el rendimiento de los negocios de los inmigrantes y los indígenas y los resultados no son concluyentes. La mayoría de estudios se centran en comparar el rendimiento de los negocios gestionados por inmigrantes o indígenas y los gestionados por nativos. En general la mayoría de los estudios encuentran que el rendimiento de

los negocios de los inmigrantes o de los indígenas es menor y que estos resultados varían entre los diferentes grupos étnicos. Sin embargo, son pocos los trabajos que buscan averiguar cuáles son los factores que influyen en el rendimiento de sus negocios, ni caracterizan o diagnostican su socialización desde el contexto cultural y étnico del país o región de origen de cada inmigrante, ya que puede establecer formas diferentes de actuar en los negocios.

Desde esta óptica, la frontera México – Estados Unidos es una mezcla de migrantes nacionales e internacionales que han ido creando un mercado de trabajo y negocios multiétnicos, pluriculturales, multirraciales y binacionales que incluye una migración internacional de sur a norte y de países en menor desarrollo al país desarrollado de Estados Unidos, pero que también incluye una migración internacional de retorno de jubilados estadounidenses a México y el reciente fenómeno de retorno de los mexicanos en Estados Unidos por las políticas migratorias del actual presidente, sin dejar de lado la migración de empresarios mexicanos a Estados Unidos orillados por la violencia extrema que ha sufrido México en la última década, así como la migración calificada de fuga de cerebros y también, esta misma migración calificada de ingreso a México vía permisos laborales de trabajo. Esta amalgama de migrantes en la frontera es “un caldo de cultivo” propicio para la investigación en las ciencias administrativas por las implicaciones de negocios, laborales, de mercado, política y normatividad diferenciada que se requieren.

## **2. PLANTEAMIENTO**

### **- Antecedentes**

Se incluyen como antecedentes, los estudios empíricos vinculados al objeto de estudio desde dos ópticas: (1) Negocios que crecen y se dan en México debido a la emigración y (2) Negocios de migrantes en Estados Unidos

*Negocios que crecen y se dan en México debido a la emigración. -*

En estudios realizados desde los años 90s en comunidades con tradición migrante de estados occidentales y centrales de México (Jalisco, Nayarit, Guanajuato, Michoacán, Zacatecas y San Luis Potosí) a Estados Unidos, se encontró que algunos factores críticos para la emigración y retorno incluyen: (1) financiar la construcción o adquisición de una vivienda, ya que entre las familias que ya poseen vivienda es menos probable la emigración y (2) aquellos que son propietarios de negocios, generalmente es más probable que participen en la migración, porque la ven como un medio de capitalizar la expansión del negocio y diversificar riesgos (Massey, Durand y Riosmena, 2006). Por lo que estudiar la migración nacional interna, específicamente la motivada al crecimiento de sus negocios es de especial interés para esta investigación, pues al trabajar en Estados Unidos y conocer nuevas formas de socialización laboral y organizacional, se asume que modifican su enfoque de negocios a su retorno a México.

Aunque en esta investigación el estudio de inmigrantes estadounidenses de retiro no es la población principal de estudio, no se descarta su posibilidad de estudio ya que de acuerdo a Lizárraga (2008) llevan a cabo prácticas transnacionales con características distintas a las que realizan emigrantes mexicanos de retorno debido a que: (1) por sus recursos económicos tienen acceso a alta tecnología en medios de comunicación, (2) tienen tiempo y dinero derivado de su jubilación, (3) por las políticas migratorias de ambos países pueden entrar y salir con relativa libertad y (4) generalmente se interesan o participan en la política de su país ya que ésta impacta en sus pensiones. Estas características hacen de este grupo de migrantes una población de estudio potencial y aunque no se tiene considerada a Ciudad Juárez como una ciudad con este tipo de migrantes, si en el transcurso de la investigación se localizan, no se considera descartarlos por las razones anteriormente expuestas.

### *Negocios de migrantes en Estados Unidos. -*

El estudio de negocios de migrantes por cuenta propia o empresariales se ha estudiado desde el concepto de economía étnica que proviene de la literatura sobre minorías intermedias o minorías étnicas, centrando su estudio en los años 70s en su inclinación a trabajar por cuenta propia debido a atributos culturales propios y también desde el concepto de enclave económico étnico que tiene su origen en la teoría del mercado de trabajo dual, caracterizada como una comunidad minoritaria cerrada, localizados en un área geográfica específica. Algunos autores consideran que la economía étnica se transforma en una escuela para empresarios ya que se convierten en espacios de entrenamiento por la autonomía en la realización de trabajos por cuenta propia. En ese sentido es importante distinguir entre migrantes autónomos que trabajan por cuenta propia y los empresarios o emprendedores, midiéndolos por la innovación de sus negocios (Barrios, 2007). Light (1995 citado por Barrios, 2007) considera a los empresarios como innovadores y que transitan por tres etapas: (1) inician un negocio, (2) expandirlo y (3) cambiar la manera de operar el negocio. Considerando lo anterior, el estudio de migrantes mexicanos en Estados Unidos es muy importante en esta investigación, ya que las etapas por las que transitan para emprender un negocio, incluyen ese cambio no solo cultural sino económico para operar un negocio.

Desde ambos enfoques: negocios que crecen y se dan en México debido a la emigración y negocios de migrantes en Estados Unidos, la importancia de este estudio radica en los cambios que se operan en la visión de negocio para sus posibilidades de expansión; el acceso a las tecnologías de información y comunicación que tienen y el sumergirse en mercados desarrollados para su supervivencia y desarrollo, son factores que al estudiarlos permiten a las nuevas generaciones de emprendedores empresarios, conocer de primera mano lo que se necesita y requiere para favorecer los negocios tanto en México como en Estados Unidos. Los resultados de este estudio permitirán así mismo, presentar

una cara de la gestión de negocios poco atendida desde los gobiernos locales y federales que favorecería la modificación de política pública y programas de fomento económico.

- **Marco teórico**

De acuerdo a Massey, Durand y Riosmena (2006) la migración entre México y Estados Unidos data desde inicios del siglo XX cuando norteamericanos buscaron trabajadores en el oeste de México para reemplazar a los asiáticos a quienes les habían prohibido la entrada en esa época, creciendo la migración mexicana rápidamente y llegando a niveles record en 1920, pero con la gran depresión en 1929 se redujo la población migrante mexicana casi a la mitad en 1940. En el periodo de la segunda guerra mundial se abrió un nuevo programa federal denominado "Programa Braceros" que fue cancelado en 1964, pero, aunque la contratación oficial concluyó la migración continuó entrando como inmigrantes legales por medio de ciertas reglas y en mayor número, de inmigrantes indocumentados.

De acuerdo a Durand y Massey (2003) se distinguen dos regiones de migrantes hacia Estados Unidos: la "región histórica" y la región frontera y centrales. La región histórica se localiza en estados de occidentales y centro de México como Jalisco, Nayarit, Guanajuato, Michoacán, Zacatecas y San Luis Potosí, ya que al menos la mitad de inmigrantes a los Estados Unidos históricamente hablando, han llegado de esos estados. Por otro lado, a partir de 1980, una nueva región de estados fronterizos como Baja California, Chihuahua, Nuevo León y Sinaloa, así como el área del sur de la Ciudad de México con estados como Puebla e Hidalgo, se incorporaron a los nuevos flujos migratorios.

Los tipos de migración tradicionalmente se han clasificado en dos tipos: permanente y temporal o circular. La migración permanente comprende a quienes cambian de manera definitiva su comunidad, región o país de residencia habitual; la migración temporal o circular es aquella donde los desplazamientos son continuos y recurrentes en un constante ir y venir, pero manteniendo la residencia habitual de su comunidad de origen. Otro tipo de migración es la diáspora, en la que el desplazamiento puede implicar un cambio definitivo de residencia, pero el migrante no se integra completa y totalmente en el nuevo asentamiento, son que mantiene y refuerza su pertenencia a comunidades u organizaciones que operan a escala internacional, como es el caso de los misioneros o judíos (Canales y Zolniski, 2000).

Aparte de estas clasificaciones, algunos autores incluyen una nueva clasificación: la de comunidades transnacionales, configuradas por circuitos migratorios de carácter plurilocal que trascienden las fronteras del país de origen y el receptor, donde organizan su subsistencia económica, así como su reproducción social y cultural de sus comunidades (Canales y Zolniski, 2000). Otro término adicional de migración es el que hace referencia a la migración de retorno, considerada tradicionalmente como el regreso al país de origen para

reasentarse de manera definitiva, aunque actualmente se le considera una etapa del proceso migratorio que puede ser temporal y puede ocurrir después de haber vivido en otro país o región por un periodo de tiempo corto o largo (Tovar, Victoria, Tovar, Troncoso y Pereira, 2018).

#### *Negocios de migrantes en Estados Unidos. -*

De acuerdo a Barrios (2007) estudios que datan de los años 70s revelaban el bajo porcentaje de negocios de mexicanos en Estados Unidos debido principalmente a la migración circular que realizaban, así como sus bajos recursos, poca escolaridad y su enclave en trabajos temporales, siendo en su mayoría hombres que iban a Estados Unidos a trabajar por periodos. Pero a partir de los 80s y 90s esto empezó a cambiar debido a la imposibilidad de entrar a EU por medio de programas federales y empezar a hacerlo de manera ilegal o indocumentada por lo que los periodos de permanencia se empezaron a hacer más largos migrando no solo hombres, sino mujeres y sus familias. En las últimas décadas se localizan en varias partes de Estados Unidos, enclaves de empresarios mexicanos tanto en zonas urbanas como Los Ángeles o pequeñas ciudades rurales de California, por ejemplo, emprendiendo en el sector económico del comercio por las múltiples oportunidades que les da para probar su capacidad emprendedora en empresas como: abarrotes, mueblerías, mercados, restaurantes, zapaterías, tiendas de ropa, entre otras.

La existencia de estos enclaves económicos étnicos de manera general, pero en específico de mexicanos en Estados Unidos, proporciona muchas ventajas para los migrantes que quieren aventurarse y trabajar por su cuenta, ya que las redes que generan, construyen escaleras que les permite subir y generar que otros también creen sus propios negocios, muchas veces subcontratándolos o formando parte del negocio. Algunos de los beneficios pueden ser trabajadores calificados o mano de obra barata, acceso a abastecedores de mercancía y servicios y acceso a la información (Barrios, 2007).

#### *Negocios que crecen y se dan en México debido a la emigración. -*

A la fecha, se han realizado diversos estudios sobre negocios específicos que se han desarrollado debido o por la emigración en México.

García (2018) presenta el estudio del emprendimiento de caficultores migrantes en la región huasteca del centro de México, con la característica de ser grupos que nunca perdieron su identidad y apego a su lugar de origen y que a través de los flujos migratorios han favorecido la diversificación de la producción y comercialización del café por lo que aprendieron cuando vivían en EU, como técnicas y estrategias de producción y venta de café o productos y servicios derivados, así como su comercialización a EU y otras localidades

Jiménez (2016) sobre la población indígena en México menciona, que algunos establecen sus negocios en sus pueblos de origen y otros, migran al extranjero o al interior del país hacia ciudades urbanizadas o conurbadas. Algunos se insertan al mercado laboral formal o informal y otros, emprenden un negocio con la intención de incrementar sus ingresos y de trabajar de manera independiente siendo sus propios jefes.

#### *Factores asociados al emprendimiento en migrantes. -*

De acuerdo a la investigación realizada por Tovar, Victoria, Tovar, Troncoso y Pereira (2018) con migrantes de retorno a Colombia, los factores asociados al emprendimiento de hacer negocios en su país de origen incluyen:

- Conocer a otros emprendedores “modelos de referencia o *rol model*”
- Percepción de oportunidades que el país brinda para emprender
- Percepción de capacidades que tiene para iniciar una empresa
- Sexo, edad y educación a nivel superior
- Ahorro logrado durante la migración
- Haber hecho contactos mientras estuvo en el exterior y que podrían ser socios o proveedores

#### *Fundamentación teórica. –*

La fundamentación teórica para el estudio de los negocios de migrantes es muy diversa, encontrando teorías del capital humano, capital social y capital cultural, así como la teoría de recursos y capacidades.

#### *Teorías del capital humano, capital social y capital cultural. –*

Según Vargas y Barquero (2005) el capital humano se define como el conjunto de conocimientos, habilidades o destrezas que las personas adquieren a través de varios medios: (1) educación formal e informal, (2) procesos formativos institucionalizados y (3) experiencia de la vida laboral. Este conjunto de conocimientos es uno de los principales recursos productivos que las personas tienen para buscar mejores condiciones de vida.

Sobre el capital social, una definición amplia incluye los recursos reales o simbólicos de un grupo o sociedad, como normas, valores y redes de apoyo, institucionalizados o no, que facilitan a los integrantes del grupo lograr determinados fines (Vargas y Barquero, 2005). Y de acuerdo a Kliksberg (2000) lo conforman el grado de confianza existente entre actores sociales de una sociedad, las normas de comportamiento cívico practicadas y nivel de asociatividad que la caracteriza, elementos que evidencian la riqueza y fortaleza del tejido social interno de una sociedad. Esta puede darse en plan individual y colectivo. La incorporación del capital social en el estudio de las migraciones, toma importancia a partir de los recientes patrones de migraciones internas e internacionales influenciados por la globalización, que conciben la migración por la conformación de comunidades transnacionales y como un proceso social que



se basa en la consolidación de redes sociales y comunitarias entre los países de origen y destino (Vargas y Barquero, 2005).

Como parte del proceso de adaptación que llevan a cabo las comunidades migrantes al llegar a su nuevo destino, Aguilar (2008) toma como referencia el modelo teórico de Bourdieu sobre adquisición de capital cultural, ya que los elementos culturales, como bienes simbólicos, se convierten en una forma de capital que pueden ser adquiridos, acumulados e intercambiados en un espacio social. Bourdieu identifica tres medios para la adquisición, apropiación y acumulación de capital cultural: (1) de tipo cognitivo-afectivo a través de la familia que incorpora *habitus de clase* (que es capital simbólico) como las maneras, gusto, usos, costumbres y la lengua. Para las comunidades migrantes, este capital simbólico y cultural son elementos determinantes en la construcción de mecanismos de comunicación entre su nuevo entorno receptor y su grupo dominante familiar de origen. (2) a través del consumo de bienes materiales que denotan el estatus del individuo dentro de la sociedad y (3) por medio de una institución que reconoce la adquisición del capital cultural determinado, lo que significa ascenso dentro de la escala social.

### **3. METODOLOGÍA**

Se incluye el objetivo general, objetivos específicos y metodología

#### **3.1.- Objetivo general**

El objetivo de este proyecto es analizar los factores que pueden contribuir al éxito y a la competitividad de los inmigrantes y de los grupos étnicos emprendedores. Para ello se pretende realizar un estudio empírico entre los inmigrantes y las comunidades indígenas en el sur de USA y el norte de México, específicamente en Ciudad Juárez – El Paso. Los inmigrantes y las comunidades indígenas son grupos de población que se encuentran, en general, con muchas barreras en los mercados de trabajo y encuentran en el emprendimiento una forma viable para conseguir un empleo y poder generar ingresos. Los negocios administrados por inmigrantes o indígenas tienen unas características muy específicas que los diferencian de los demás. Generalmente son negocios pequeños, de base familiar, que proliferan sobre todo en barrios con una marcada concentración de población extranjera y que pueden partir de una posición de desventaja en el mercado laboral debido a sus limitaciones, como, lenguaje, diferencias culturales, falta de formación, o discriminación entre otros.

#### **3.2.- Objetivos específicos**

Los objetivos específicos del proyecto son:

- Analizar las características generales de los negocios regentados por inmigrantes o indígenas.
- Conocer las expectativas y el grado de satisfacción con sus negocios.
- Analizar las prácticas de gestión empresarial que utilizan para dirigir sus negocios.
- Conocer los problemas o dificultades a las que se enfrentan.

- Determinar los principales factores que explican el rendimiento de los negocios de inmigrantes o indígenas.

### 3.3.- Metodología

El estudio de los objetivos planteados en el ámbito del emprendimiento de los inmigrantes y de las comunidades indígenas se desarrollará conforme a la metodología y el plan de trabajo siguiente:

FASE 1: Revisión de la bibliografía y construcción del marco teórico.

Como fase preliminar se llevará a cabo la delimitación del marco teórico necesario para llevar a cabo este proyecto de investigación y se actualizarán las referencias bibliográficas sobre los estudios empíricos previos.

FASE 2: Diseño de cuestionario.

El diseño de entrevistas se sustentará en la revisión de trabajos empíricos previos realizados con enfoque cualitativo, de tal manera que incorpore información previa encontrada en otros grupos y estudios sobre migrantes y emprendimiento. Se llevarán a cabo en la región para conocer a profundidad el tema y sus características en la región Juárez – El Paso, logrando con ello definir las categorías que apliquen para la región y que sirvan de sustento para la adecuación del cuestionario a desarrollar. Con el diseño y aplicación del cuestionario, se buscará recoger de forma clara y concisa la información fundamental que constituye el objetivo de esta investigación. Para ello en su elaboración se cuidará especialmente la estructura del mismo y una redacción adecuada y sencilla, tratando de minimizar los problemas posibles de interpretación y obtención de datos a la hora de lanzar definitivamente el cuestionario. El diseño del cuestionario se llevará a cabo a partir de la revisión de trabajos empíricos previos tratando de recoger en él las variables más relevantes para alcanzar los objetivos planteados. Una vez elaborado el cuestionario, se efectuará un pre-test del mismo para comprobar su validez. Al concluir esta fase del trabajo debemos contar con un documento o cuestionario en el que sustentaremos la recogida de información.

FASE 3: Selección de la muestra.

La selección de la muestra cuantitativa fue no probabilística de tipo expertos, aplicándose exclusivamente a personas migrantes con negocio propio.

FASE 4. Trabajo de campo.

Tras la delimitación de la muestra se procederá a la recogida de información mediante entrevistas a los inmigrantes y los indígenas emprendedores, así como la aplicación del cuestionario.

FASE 5. Codificación y tabulación de datos.

Como parte final del trabajo de campo se procederá a la codificación y tabulación de la información obtenida.

FASE 6. Extracción de conclusiones y elaboración del informe final.

## 4. RESULTADOS

### P07. Género del propietario principal:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ambos	6	8.7	8.7	8.7
	Hombre	42	60.9	60.9	69.6
	Mujer	21	30.4	30.4	100.0
	Total	69	100.0	100.0	

### P02. Ubicación geográfica:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Rural	2	2.9	2.9	2.9
	Urbana	67	97.1	97.1	100.0
	Total	69	100.0	100.0	

### P03. Localización de la empresa:

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Parques Industriales	2	2.9	2.9	2.9
	Zona Barrio Humilde	4	5.8	5.8	8.7
	Zona Comercial	43	62.3	62.3	71.0
	Zona Residencial	20	29.0	29.0	100.0
	Total	69	100.0	100.0	

### P06. ¿Cuál de estas categorías definiría su empresa? (Señale solo una respuesta)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Autoempleo	7	10.1	10.1	10.1
	Empresa de varios dueños no registrada	1	1.4	1.4	11.6
	Empresa individual no registrada	2	2.9	2.9	14.5

Empresa individual registrada	40	58.0	58.0	72.5
Empresa registrada como sociedad	19	27.5	27.5	100.0
Total	69	100.0	100.0	

**P09 ¿Cuántas generaciones están actualmente involucradas en la gestión de su empresa?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primera generación (quien creo la empresa)	54	78.3	78.3	78.3
	Segunda generación (hijos de quien creo la empresa)	14	20.3	20.3	98.6
	Tercera generación o más (nietos y/o bisnietos de quien creo la empresa)	1	1.4	1.4	100.0
	Total	69	100.0	100.0	

**P10. ¿Cuál es el nivel de formación académica del propietario principal de la empresa?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Educación básica (primaria-secundaria)	5	7.2	7.2	7.2
	Educación media (Bachillerato, preparatoria)	8	11.6	11.6	18.8
	Educación técnica	9	13.0	13.0	31.9
	Educación Universitaria	47	68.1	68.1	100.0
	Total	69	100.0	100.0	

**P11\_7 Actualmente ¿Con cuantos propietarios (dueños) cuenta la empresa?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	.0	1	1.4	1.4	1.4
	1.0	36	52.2	52.2	53.6
	2.0	22	31.9	31.9	85.5
	3.0	4	5.8	5.8	91.3

4.0	2	2.9	2.9	94.2
5.0	1	1.4	1.4	95.7
6.0	1	1.4	1.4	97.1
10.0	1	1.4	1.4	98.6
15.0	1	1.4	1.4	100.0
Total	69	100.0	100.0	

**P11\_8 Actualmente ¿Con cuantos trabajadores no pagados (sean familiares o no) cuenta la empresa?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	.0	44	63.8	63.8	63.8
	1.0	12	17.4	17.4	81.2
	2.0	8	11.6	11.6	92.8
	3.0	3	4.3	4.3	97.1
	10.0	1	1.4	1.4	98.6
	20.0	1	1.4	1.4	100.0
Total		69	100.0	100.0	

**P11\_11 Actualmente ¿Cuál es el total de personas trabajando en la empresa (incluyendo al dueño)?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1.0	6	8.7	8.7	8.7
	2.0	3	4.3	4.3	13.0
	3.0	4	5.8	5.8	18.8
	4.0	10	14.5	14.5	33.3
	5.0	8	11.6	11.6	44.9
	6.0	6	8.7	8.7	53.6
	7.0	7	10.1	10.1	63.8
	8.0	2	2.9	2.9	66.7
	9.0	3	4.3	4.3	71.0
	10.0	2	2.9	2.9	73.9
	11.0	4	5.8	5.8	79.7
	12.0	2	2.9	2.9	82.6

14.0	1	1.4	1.4	84.1
16.0	1	1.4	1.4	85.5
18.0	1	1.4	1.4	87.0
20.0	2	2.9	2.9	89.9
21.0	1	1.4	1.4	91.3
22.0	1	1.4	1.4	92.8
24.0	1	1.4	1.4	94.2
26.0	1	1.4	1.4	95.7
42.0	1	1.4	1.4	97.1
82.0	1	1.4	1.4	98.6
101.0	1	1.4	1.4	100.0
Total	69	100.0	100.0	

**P13 . ¿Tuvo apoyo de organizaciones sin fines de lucro?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	no	64	92.8	92.8	92.8
	Si	5	7.2	7.2	100.0
	Total	69	100.0	100.0	

**P14. Su empresa pertenece a:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Asociaciones empresariales	20	29.0	29.0	29.0
	Cámaras de comercio	11	15.9	15.9	44.9
	Ninguna	38	55.1	55.1	100.0
	Total	69	100.0	100.0	

**P16 ¿ Señale el grado de importancia de los siguientes motivos para iniciar su empresa? [03.**

**Construir seguridad financiera para mi familia]**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 - poco importante	4	5.8	5.8	5.8
	2	7	10.1	10.1	15.9

3	1	1.4	1.4	17.4
4	1	1.4	1.4	18.8
5	5	7.2	7.2	26.1
6	12	17.4	17.4	43.5
7 -muy importante	39	56.5	56.5	100.0
Total	69	100.0	100.0	

**P16 ¿Señale el grado de importancia de los siguientes motivos para iniciar su empresa? [09.**

**Deseo de ganar más dinero]**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 - poco importante	2	2.9	2.9	2.9
	2	9	13.0	13.0	15.9
	3	2	2.9	2.9	18.8
	4	5	7.2	7.2	26.1
	5	9	13.0	13.0	39.1
	6	12	17.4	17.4	56.5
	7 -muy importante	30	43.5	43.5	100.0
	Total	69	100.0	100.0	

**P19. Respecto a su nivel de satisfacción con su negocio / empresa en conjunto,**

**está usted:**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1.0	2	2.9	2.9	2.9

**P20. Indique cuál ha sido la evolución de los siguientes aspectos en su empresa en los dos últimos años: [01 Mejora en la calidad del producto o servicio]**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 - muy desfavorable	1	1.4	1.4	1.4
	2	8	11.6	11.6	13.0
	3	5	7.2	7.2	20.3
	4	3	4.3	4.3	24.6
	5	9	13.0	13.0	37.7

6	18	26.1	26.1	63.8
7 - muy favorable	25	36.2	36.2	100.0
Total	69	100.0	100.0	

**P21.Cuál es su prioridad de cara al futuro de su empresa (marque sólo una respuesta)**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Abrir adicionalmente otro negocio	11	15.9	15.9	15.9
Continuar con el negocio tal y como está	7	10.1	10.1	26.1
Dejar el negocio para iniciar otro	7	10.1	10.1	36.2
Expandir este negocio	44	63.8	63.8	100.0
Total	69	100.0	100.0	

**P22a. Al inicio de la actividad de la empresa [01 ¿Cuál fue la importancia de los ahorros propios o de familiares para su empresa?]**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1 - poco importante	5	7.2	7.2	7.2
2	8	11.6	11.6	18.8
3	3	4.3	4.3	23.2
4	9	13.0	13.0	36.2
5	8	11.6	11.6	47.8
6	9	13.0	13.0	60.9
7 - muy importante	27	39.1	39.1	100.0
Total	69	100.0	100.0	

**P25. Indique su grado de acuerdo o desacuerdo en cómo la financiación de las entidades financieras puede contribuir al desarrollo de la empresa: [01. En el crecimiento de la empresa]**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 1 - totalmente en desacuerdo	3	4.3	4.3	4.3
2	5	7.2	7.2	11.6



3	4	5.8	5.8	17.4
4	3	4.3	4.3	21.7
5	5	7.2	7.2	29.0
6	14	20.3	20.3	49.3
7 - totalmente de acuerdo	35	50.7	50.7	100.0
Total	69	100.0	100.0	

**P26. En relación a las TIC su empresa o negocio cuenta con: [01 ¿Cuenta con celular?]**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	2	2.9	2.9	2.9
	Si	67	97.1	97.1	100.0
	Total	69	100.0	100.0	

**P26. En relación a las TIC su empresa o negocio cuenta con: [02 ¿Dispone de Internet?]**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	No	1	1.4	1.4	1.4
	Si	68	98.6	98.6	100.0
	Total	69	100.0	100.0	

## 5. CONCLUSIONES

Con el objetivo de analizar los factores que pueden contribuir al éxito y a la competitividad de los inmigrantes emprendedores, los resultados de una muestra de 69 participantes aplicada a empresarios migrantes emprendedores tanto en México como en EUA revelan que, el 58% considera a su empresa como una empresa individual registrada y el 60% de los propietarios son hombres. El 78% son de la primera generación, esto es, empresas de quienes crearon la empresa y el 68% con formación universitaria. Como conclusión, estos negocios son predominantemente pequeños, de base familiar, que proliferan sobre todo en barrios con una marcada concentración de población extranjera y que pueden partir de una posición de desventaja en el mercado laboral debido a sus limitaciones, como, lenguaje, diferencias culturales, falta de formación, o discriminación entre otros

## **REFERENCIAS (bibliografía)**

- Aguilar Rodríguez, Daniel E. (2008). Adaptación del inmigrante mexicano como un proceso de adquisición de capital cultural: hacia una nueva aproximación teórica a las poblaciones migrantes. *Investigación y desarrollo*, 16 (2), 160-183. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/indes/v16n2/v16n2a02.pdf>
- Barrios Nock, Magdalena (2007). El matrimonio y las pequeñas empresas comerciales. El caso de los salvadoreños y mexicanos en Los Ángeles. *Revista Mexicana de Sociología*, 69 (1), 109-138.
- Canales, Alejandro I. y Christian Zloliniski (2000). Comunidades transnacionales y migración en la era de la globalización. Ponencia presentada en el Simposio sobre Migración Internacional en las Américas, realizado en San José, Costa Rica, los días 4–6 de septiembre. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/profile/Alejandro\\_Canales/publication/228689041\\_Comunidades\\_transnacionales\\_y\\_migracion\\_en\\_la\\_era\\_de\\_la\\_globalizacion/links/02e7e516834149f8d0000000/Comunidades-transnacionales-y-migracion-en-la-era-de-la-globalizacion.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alejandro_Canales/publication/228689041_Comunidades_transnacionales_y_migracion_en_la_era_de_la_globalizacion/links/02e7e516834149f8d0000000/Comunidades-transnacionales-y-migracion-en-la-era-de-la-globalizacion.pdf)
- Durand, Jorge y Douglas Massey (2003). *Clandestinos: Migración México-Estados Unidos en los Albores del Siglo XXI*, México, DF: Editorial Porrúa
- García Lirios, C. (2018). Emprendimiento caficultor en migrantes de la región huasteca del centro de México. *Equidad y Desarrollo*, (30), 119-147. doi: <http://dx.doi.org/10.19052/ed.4324>
- Jiménez Martínez, Beatriz Elena (2016). Alternativas de organización para emprendedores indígenas: procesos de apropiación social del conocimiento a partir de su cosmovisión. *Entretextos*, 23, 1-14.
- Kliksberg, Bernardo (2000). *Capital social y cultura, claves olvidadas del desarrollo*. Buenos Aires, Argentina: Banco Interamericano de Desarrollo – Instituto para la Integración de América Latina y el Caribe
- Lizárraga Morales, Omár (2008). La inmigración de jubilados estadounidenses en México y sus prácticas transnacionales. Estudio de caso en Mazatlán, Sinaloa y Cabo San Lucas, Baja California Sur. *Migración y desarrollo*, (11), 97-117. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-75992008000200005&lng=es&tlng=en](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-75992008000200005&lng=es&tlng=en)
- Massey, Douglas; Jorge Durand y Fernando Riosmena (2006). *Capital social, política social y migración desde comunidades tradicionales y nuevas*

comunidades de origen en México. Revista Española de Investigaciones Sociológicas (RIES), 116 (1), 97-121. Recuperado de <http://www.ingentaconnect.com/content/cis/reis/2006/00000116/00000001/art00003?crawler=true>

Tovar Cuevas, Luis Miguel; María Teresa Victoria Paredes; José Rafael Tovar Cuevas; Gilberto Troncoso Marmolejo y Fernando Pereira Laverde (2018). Factores asociados a la probabilidad de emprendimiento en migrantes colombianos que retornan a Colombia. *Migraciones Internacionales*, 10 (1), 169-192. DOI: <http://dx.doi.org/10.17428/rmi.v9i34.366>

Vargas A., Juan C. y Jorge A. Barquero B. (2005). Capital humano y social de los nicaragüenses con experiencia migratoria a Costa Rica y Estados Unidos. Documento borrador preparado para el Seminario Migración Intrafronteriza en América Central, Perspectivas Regionales, San José, Costa Rica, 3,4 y 5 de febrero.

## **ANEXOS**

Se anexan las siguientes evidencias:

- promoción del el Ciclo de conferencias “Migrantes y emprendedores” y de Panel de empresarios
- captura de pantalla del excell de cuestionarios capturados
- constancias de ponencias presentadas
- correo de recibido del arbitraje de artículo

## **Productos generados**

Anotar aquí los productos generados con el proyecto, tales como: artículos de investigación, capítulos de libros, libros, memorias de congreso, patentes, formación de recursos humanos etcétera.

- correo de recibido del arbitraje de artículo



**LUNES 12 DE MARZO**  
**Inauguración de la**  
**5ta Semana del ICOSA**

**Ponencia: Red de empresarios Juárez- El paso**  
José Luis Mauricio Esparza  
16:00-18:00  
Sala: Armando B. Chávez  
Ciencias Administrativas

**MIÉRCOLES 14**  
**DE MARZO**

**Panel de empresarios: Inmigrantes emprendedores**  
Fasi, Speedys pizza y los canarios  
18:00-20:00  
Sala: Armando B. Chávez  
Ciencias Administrativas

**JUEVES 15**  
**DE MARZO**

**Conferencia: Red Global de Mexicanos**  
**en el exterior**  
Dr. Alberto Correa  
11:00-13:00  
Sala: Armando B. Chávez  
Ciencias Administrativas

UACJ

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE CIUDAD JUÁREZ

La Universidad Autónoma de Ciudad Juárez  
y el Instituto de Ciencias Sociales y Administración,  
a través del Departamento de Ciencias Sociales

Otorgan la presente

# Constancia

a:

Carlos Jesús González Macías

---

Por su participación como coautor con el tema:

"Empresarios Juarenses en El Paso Texas",

en el marco del Congreso Internacional de

Ciencias Sociales "Paso del Norte",

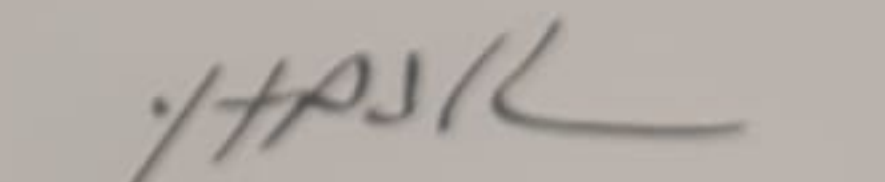
realizado del 10 al 12 de septiembre de 2018.

Paso del Norte, 2018



Por una vida científica  
por una ciencia vital

  
Mtro. Juan Ignacio Camargo Nassar  
Director del Instituto de Ciencias  
Sociales y Administración

  
Dr. Héctor Antonio Padilla Delgado  
Jefe del Departamento de  
Ciencias Sociales



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA  
DE CIUDAD JUÁREZ

La Universidad Autónoma de Ciudad Juárez  
y el Instituto de Ciencias Sociales y Administración,  
a través del Departamento de Ciencias Sociales

Otorgan la presente

# Constancia

a:

**Jesús Alberto Urrutia de la Garza**

Por su participación como ponente con el tema:

**"Empresarios Juarenses en El Paso Texas",**  
en el marco del Congreso Internacional de  
Ciencias Sociales "Paso del Norte",  
realizado del 10 al 12 de septiembre de 2018.

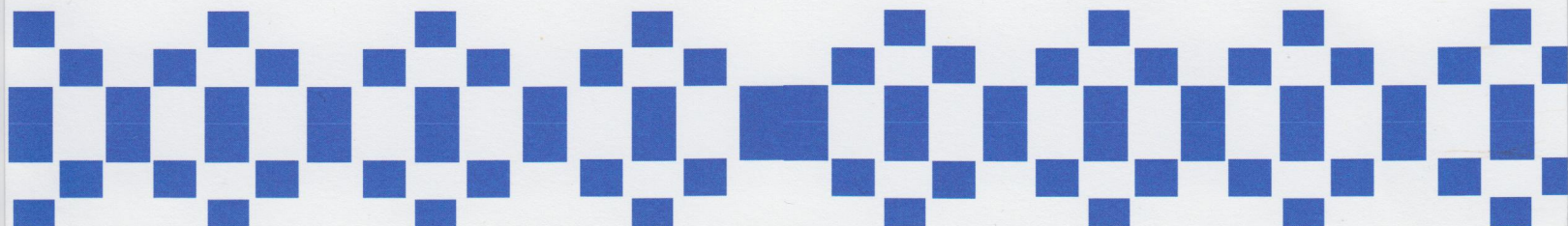
**Paso del Norte, 2018**



**Por una vida científica  
por una ciencia vital**

**Mtro. Juan Ignacio Camargo Nassar**  
Director del Instituto de Ciencias  
Sociales y Administración

**Dr. Héctor Antonio Padilla Delgado**  
Jefe del Departamento de  
Ciencias Sociales



Marca temporal	¿Quién lo invitó a contesta	P01. Indique el sector don	P02. Ubicación geográfica
7/1/2018 10:30:05	Prueba Paty	Talleres mecánicos (repar:	Urbana
7/9/2018 17:12:12	Prueba Paty	Industria agroalimentaria	Urbana
7/31/2018 9:52:52	Josefa Melgar	Construcción (albañilería)	Urbana
8/8/2018 12:49:55	Prueba Paty	Talleres mecánicos (repar:	Urbana
8/8/2018 17:30:57	Patricia Ramos	Salones de belleza	Urbana
8/8/2018 17:40:41	Blanca Márquez	Servicios de publicidad	Urbana
8/8/2018 19:28:36	Rocio Ramirez	Industria restaurantera	Urbana
8/8/2018 19:29:28	Rocio Ramirez	Bares y restaurantes	Urbana
8/8/2018 19:43:56	Carlos Gonzalez	Servicios de consultorías	Urbana
8/8/2018 22:12:20	Carlos Gonzalez	Material para techos/imper	Urbana
8/9/2018 10:13:33	Dra. Rocio Ramirez	Muebles y madera	Urbana
8/9/2018 11:07:55	carlos gonzalez macias	Carnicerías	Urbana
8/14/2018 16:41:02	Rocio Ramirez	Comercializadora de aceite	Urbana
8/15/2018 18:27:14	Blanca Márquez	Venta de computadoras y	Urbana
8/15/2018 21:05:07	Blanca Márquez	Venta de computadoras y	Urbana
8/21/2018 11:53:21	Jesus Urrutia	Construcción (albañilería)	Urbana
8/22/2018 8:19:09	Carlos Gonzalez	Bares y restaurantes	Urbana
8/22/2018 18:55:11	Carlos Gonzalez Macias	Bares y restaurantes	Urbana
8/23/2018 12:41:08	Doctor Carlos González	Construcción (albañilería)	Urbana
8/23/2018 12:47:25	Carlos Gonzalez Macias	Asesor en comercio exteri	Urbana
8/23/2018 13:32:42	Carlos González	Bares y restaurantes	Urbana
8/23/2018 17:26:01	Carlos González	Dulcería y Rentas	Urbana
8/23/2018 20:49:56	Carlos Gonzalez	Venta de automóviles	Urbana
8/23/2018 22:30:09	Un familiar	Seguros	Urbana
8/25/2018 20:07:56	Blanca Lidia Márquez	Talleres de maquinados (tr	Urbana
8/29/2018 22:17:06	Josse Melgar	Bares y restaurantes	Urbana
8/31/2018 17:33:31	jesus urrutia	Maquinaria industrial para	Urbana
9/8/2018 11:15:30	Doctora Patricia Jimenez L	Tortillerías y panaderías	Urbana
9/10/2018 16:26:17	un amigo	Talleres de maquinados (tr	Urbana
9/10/2018 21:14:27	Lic Beatriz Rodriguez	poner lineas de pipas	Rural
9/11/2018 12:29:25	Patricia Jimenez Terrazas	Bares y restaurantes	Urbana
9/11/2018 14:56:52	Dr. Miguel Mujica y Dra. P:	Consultorio de Médico Cir	Urbana
9/11/2018 15:35:54	Dr. Miguel Mujica y Dra. P:	Salones de belleza	Urbana
9/11/2018 15:51:54	DSr. Miguel Mujica y Dra. I	Salones de belleza	Urbana
9/11/2018 17:44:35	Roció Ramirez	Gasolineras	Urbana
9/11/2018 22:59:05	Patricia Jiménez	Talleres mecánicos (repar:	Urbana
9/12/2018 8:13:09	Rocio Ramirez	Artes gráficas (papelerías,	Urbana
9/12/2018 11:14:30	Patricia Jiménez Terrazas	Hoteles, hostales, casas r	Urbana
9/12/2018 12:14:26	Josefa Melgar	Servicios de mantenimient	Urbana
9/12/2018 14:51:05	Rocio Ramirez	Servicios de consultorías	Urbana
9/12/2018 16:32:12	Dra. Josefa Melgar/Karla M	Talleres de artesanías	Urbana
9/12/2018 20:11:23	Lic. Rocio Ramirez.	Venta de ropa.	Urbana
9/12/2018 23:56:38	Jesus Urrutia	Produccion de alimentos	Urbana
9/13/2018 0:12:59	Jesus Urrutia	Industria agroalimentaria	Urbana
9/13/2018 0:25:12	Jesus Urrutia	Bares y restaurantes	Urbana
9/13/2018 12:11:51	karla silvas	tienda naturista	Urbana
9/14/2018 9:55:47	Rocio Ramirez	Publicidad y produccion de	Urbana
9/15/2018 0:21:44	Josefa Melgar	Fabricación de cajas de al	Urbana
9/15/2018 14:06:15	Josse Melgar	Bares y restaurantes	Rural

## Correo de Envío recibido y captura de pantalla al día de hoy.

Patricia Ramos Rubio &lt;pramos@uacj.mx&gt;

Jue 10/12/2020 12:33 PM

Para: Patricia Jimenez Terrazas &lt;ppjimenez@uacj.mx&gt;

The screenshot shows a web browser window with the URL <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/author/submission/13176>. The page is titled "#13176 Resumen" and is part of the "UNIVERSIDAD DEL NORTE" website. The main content area displays submission details for the article "Estrategias de internacionalización de empresas. Un análisis del contexto fronterizo y el branding." by Patricia Ramos Rubio, Carlos González Macías, and Margarita Contreras Cuertias. The submission status is "En revisión" (Under review). The sidebar on the right contains various navigation and utility links such as "Visitas", "OPEN JOURNAL SYSTEMS", "Notificaciones y Newsletters", and "Autorevisión".

De: Dagoberto Paramo &lt;revpensamientoygestion@uninorte.edu.co&gt;

Enviado: jueves, 30 de abril de 2020 22:14

Para: Patricia Ramos Rubio &lt;pramos@uacj.mx&gt;

Asunto: [PG] Envío recibido

Patricia Ramos Rubio:

Gracias por enviarnos su manuscrito "Estrategias de internacionalización de empresas. Un análisis del contexto fronterizo y el branding." a Revista científica Pensamiento y Gestión. Gracias al sistema de gestión de revistas online que usamos podrá seguir su progreso a través del proceso editorial identificándose en el sitio web de la revista:

URL del manuscrito:

<http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/author/submission/13176>

Nombre de usuario/o: pramos

Si tiene cualquier pregunta no dude en contactar con nosotros/as. Gracias por tener en cuenta esta revista para difundir su trabajo.

Dagoberto Paramo

Revista científica Pensamiento y Gestión

Revista científica Pensamiento y Gestión

<http://rcientificas.uninorte.edu.co/pensamiento.php>

revpensamientoygestion@uninorte.edu.co