

Universidad Autónoma de Baja California

Instituto de Investigaciones Sociales

Doctorado en Estudios Sociales



El emprendimiento como herramienta de integración:

El caso de los emprendimientos migrantes en Mexicali, Baja California.

Tesis para obtener el grado de:

Doctor en Estudios Sociales

Presenta:

Aristóteles Omar Aldape Vásquez

Directora de Tesis:

Dra. Chantal Lucero Vargas

18 de Mayo de 2023, Mexicali, Baja California

Dedicatoria

A mi familia, en especial a mi esposa por animarme a buscar nuevos horizontes.

Agradecimientos

Agradezco al Sindicato de Profesores Superación Universitaria de la UABC por su apoyo para poder cubrir con la colegiatura a lo largo del programa. A mi tutora y maestros por apoyarme en el trabajo de investigación. Gracias a la Universidad Autónoma de Baja California.

Por la superación plena del ser.

Índice

Consideraciones Introductorias.....	7
--	----------

CAPÍTULO 1: Composición histórica y demográfica de los migrantes en la ciudad de Mexicali, Baja California

1.1 Antecedentes de asentamientos de extranjeros en Mexicali, Baja California.....	21
1.2 La asimilación de la comunidad china y su importancia en la cultura mexicalense..	26
1.3 Migración Haitiana y Centroamericana: Recientes grupos migratorios en Mexicali.	28
1.4 Composición actual de la población extranjera en Mexicali, Baja California.....	31
1.5 La importancia del migrante en Mexicali y su posible integración a través de los asentamientos migrantes.....	33

CAPÍTULO 2: Aproximaciones teóricas en torno al emprendimiento migrante

2.1 Conceptualización del concepto de emprendimiento migrante.....	38
2.2 Migración y emprendimiento.....	38
2.3 Factores que inciden en la creación de negocios	41
2.3.1 Factores que obstaculizan el emprendimiento migrante	43
2.3.2. <i>Experiencia Laboral como factor determinante en los emprendimientos migrantes.....</i>	<i>45</i>

2.3.3. <i>Capital humano como factor de influencia para la cultura del migrante emprendedor</i>	46
2.3.4 <i>Redes sociales como factor de empuje para el emprendimiento migrante</i>	48
2.4 El capital humano y su importancia dentro de los procesos de decisión para emprender.....	52
2.5 La importancia de las Redes Sociales para la integración del migrante en el contexto fronterizo mexicalense.....	56

CAPÍTULO 3: Construcción del perfil del migrante emprendedor en Mexicali

3.1 Experiencias de los emprendimientos extranjeros en Mexicali.....	61
3.2 Desarrollo de negocios en Mexicali por parte de extranjeros.....	64
3.3 Perfil Idóneo del migrante emprendedor: características creadoras de valor en los emprendimientos migrantes.....	66

CAPÍTULO 4: Análisis del impacto del emprendimiento como herramienta de integración de extranjeros en Mexicali

4.1 La importancia del emprendimiento como herramienta de integración.....	75
4.2 Dimensiones en torno al emprendimiento migrante.....	77

CAPÍTULO 5: El emprendimiento como estrategia de integración de los extranjeros en Mexicali

5.1 Integración socio-laboral mediante el emprendimiento de negocios.....	111
5.2 Hallazgos en torno al emprendimiento e integración de extranjeros en Mexicali.....	120
5.2.1 Las redes sociales.....	124
5. 2. 2 El Capital humano.....	125
5.2.3 Giro de negocio.....	125
5.2.4 Plan de negocios.....	126

CAPÍTULO 6: Reflexiones finales y futuras líneas de investigación

6.1 Conclusiones de carácter teórico.....	133
6 . 2 C o n c l u s i o n e s d e c a r á c t e r empírico.....	135
6.3 Limitaciones entorno al emprendimiento migrante y futuras líneas de investigación.....	138
6.4 Líneas de acción y recomendaciones.....	139
6.5 Futuras contribuciones en torno a la investigación del emprendimiento migrante.....	141
REFERENCIAS.....	145

ANEXO	152
--------------------	-----

Índice de Tablas

Tabla 1: Informantes clave.....	16
Tabla 2: Dimensiones del emprendimiento Migrante.....	82

Consideraciones Introdutorias

El emprendimiento, ha sido considerado como una mera herramienta para el desarrollo de negocios por parte de sujetos que quieren obtener un segundo ingreso o salir de la desocupación laboral (Stevenson, 1970). Para un migrante la inserción a la vida productiva y al campo laboral al llegar a otro lugar se convierte en una baldosa enorme que afecta no solo su estado anímico, sino su integración y motivaciones. En el presente estudio ahondaremos en las particularidades del emprendimiento migrante.

El interés en el tema nace a partir del último lustro en México el cual ha tenido cambios significativos en la relación entre emprendimiento y migración, hablar de ello nos lleva al desafío de poder brindar una justificación social de fenómenos que parecen aislados y solo se ven atendidos por cuestiones económicas. Uno de los problemas fundamentales oscila en la falta de estudios que aborden aspectos más allá del ingreso laboral, es preciso evaluar además como punto central de la integración económica si ésta abona a la inclusión del migrante en la sociedad de destino, concretamente en México ya que el país ha tomado un rumbo distinto como tercer país seguro para la

migración centroamericana, sudamericana y del caribe, la cual ya no solo cruza el territorio, sino que tiene la opción de quedarse.

Por ende, revisar las características inherentes del proceso de emprendimiento, puede ser una herramienta para mejorar sus condiciones laborales y con esto lograr mejores condiciones para su integración social, además de brindar una visualización de sus necesidades y valor dentro de las sociedades receptoras, donde estos migrantes decidan realizar un emprendimiento ya sea de servicios o productos. Para lo anterior, se pretende conocer cuáles son los principales aspectos que permiten que los migrantes puedan emprender, desde la consolidación de las redes sociales y el impacto en la integración que surge a través del emprendimiento.

El emprendimiento ha sido promovido por distintas organizaciones internacionales como la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), la cual en el 2021 inició un programa de emprendimientos para migrantes, el cual resulta una herramienta para procurar buscar un medio comprobado de desarrollo personal, que le permite tener un sentido de éxito, pero sobre todo le da estabilidad laboral, beneficios económicos que no solo lo favorecen a él sino a la sociedad de receptora, con innovación, nuevos productos y servicios, desarrollo económico e impuestos. De igual forma, ayuda a que la sociedad vea al migrante como un participante más de la sociedad y esto puede beneficiar al combate de sentimientos de xenofobia en la sociedad receptora, además de generar efectos positivos en la seguridad del emprendedor que mediante esa autosuficiencia motiva a tener una mejor actitud por medio de un fuerte sentido de pertenencia a un lugar donde está empezando de nuevo.

La integración migrante juega un papel importante en el contexto histórico de Baja California, ciudades como Mexicali se han venido nutriendo a través de los años por distintos flujos migrantes no solo nacionales sino internacionales, siendo una localidad que recibe anualmente una gran cantidad de extranjeros ya sea para intentar cruzar a Estados Unidos, aprovechando la frontera que comparte el estado, así como también extranjeros que se quedan a radicar en la región emprendiendo negocios.

Por lo anterior este trabajo de investigación parte de la necesidad de buscar nuevos mecanismos de integración que permitan abordar el tema de la migración desde una perspectiva de inclusión y desarrollo social acorde al contexto contemporáneo. En México a raíz de los nuevos flujos migratorios que se han originado en Baja California, México a partir del año 2016, ha cambiado el paradigma respecto a la atención migrante y este desafío nos ha orillado a repensar la migración y sus agentes de vulnerabilidad.

En primer lugar, el contexto actual de los migrantes es de vulnerabilidad que incluye dos dimensiones, por un lado, la exposición a contingencias y tensiones, y por otro, la dificultad de enfrentarse a ellas. El primero, es un elemento externo de riesgo, al cual está sujeto una persona, el segundo es un elemento interno relacionado con la indefensión, esto es la ausencia de medios para enfrentar los riesgos y evitar los daños (Chambers, 1983 citado en Feito, 2007).

Lo anterior, debido a las violaciones de sus derechos humanos, carencias y dificultades no solo en su movilidad sino en su proceso de inserción en una sociedad, en este sentido la poca observancia de la autoridad con respecto al cumplimiento al respeto y salvaguarda de sus derechos humanos, así como la inexistente política pública de integración, ocasiona una escalada de obstáculos para los migrantes que

deciden quedarse en el país, haciendo difícil su inserción al mercado laboral. En este sentido la pregunta a responder es: ¿cómo incide el emprendimiento en la integración socio-laboral de los migrantes extranjeros en Mexicali, Baja California? Para responder esta pregunta se parte de la hipótesis que; el emprendimiento por parte de los migrantes en Mexicali Baja California incide en la integración socio-laboral a través del autoempleo y la creación de negocios.

En este sentido, el emprendimiento se considera una herramienta que permite la integración del migrante mediante el desarrollo de competencias sociales, laborales, educativas y culturales que se consolidan a través de redes sociales en Mexicali.

Preguntas y Objetivos de la investigación

Pregunta General

¿Cómo incide el emprendimiento en la integración de los migrantes extranjeros en Mexicali, Baja California?

Preguntas Específicas

1. ¿Qué características beneficiaron al migrante emprendedor para la apertura de negocios en Mexicali?
2. ¿Cuáles son las ventajas y obstáculos actuales en Mexicali, Baja California para el emprendimiento de negocios por parte de los migrantes?

3. ¿Qué resultados han generado los emprendimientos migrantes en sus redes sociales con respecto a su integración en Mexicali, Baja California?
4. ¿Qué propuestas para el emprendimiento de migrantes se deben priorizar para una correcta integración en la entidad?

Objetivo General

Identificar cómo el emprendimiento incide en los migrantes extranjeros como herramienta para su integración en Mexicali, Baja California esto mediante la consolidación de redes sociales y la inserción socio-laboral.

Objetivos Específicos

1. Establecer las características del emprendedor inmigrante las cuales facilitan el emprendimiento.
2. Identificar cuáles son los atributos y obstáculos para la creación de emprendimientos migrantes.
3. Evaluar los resultados e impacto obtenido por los emprendimientos migrantes en Mexicali, Baja California.
4. Identificar características para el emprendimiento de migrantes que favorezcan la creación de programas de acompañamiento orientadas a la creación de negocios migrantes y educación emprendedora.

Hipótesis

El emprendimiento de los migrantes incide en su integración socio-laboral a través del autoempleo y la creación de negocios, lo anterior mediante el desarrollo de competencias sociales, laborales, educativas y culturales y se consolida a través de redes sociales con las que cuente el migrante en la localidad.

Estrategia Metodológica

Cómo se resalta en la introducción, el emprendimiento de negocio será el punto de unión para estudiar la integración, destacando la integración sociolaboral al realizar un negocio. Por lo anterior partiendo de las teorías: teoría de redes, teoría de capital humano y teoría de representaciones sociales, las cuales nos permiten generar las categorías y variables de análisis, con base en las interconexiones teóricas, esta investigación de corte cualitativo, apoyado de uso de técnicas etnográfica de la entrevista semi-estructurada pretende identificar cómo el emprendimiento incide en los migrantes extranjeros como herramienta para su integración en Mexicali, Baja California esto mediante la consolidación de redes sociales y la inserción socio-laboral. Con la finalidad de documentar las experiencias de los emprendedores migrantes que se han establecido de manera formal, y cuentan con documentación de estatus regular en nuestro país, se realizó una entrevista semi-estructurada con estos actores clave.

Lo anterior, con el fin de estudiar las características de los emprendedores y sus negocios y con la intención de observar si estos han podido generar o aprovechar una red y evaluar si el hecho de ser emprendedores ha coadyuvado a su integración.

Sujetos de estudio

Nuestros sujetos de estudio fueron migrantes extranjeros residentes en Mexicali que tengan un estatus migratorio regular que les permita emprender un negocio en México. los mismos cumplieron con los con ciertos criterios de inclusión, a saber:

- a) Emprendedores, radicados de forma permanente en la ciudad de Mexicali, Baja California
- b) Emprendimiento sea su fuente secundaria o principal de ingreso.
- c) Qué posean un estatus regular en el país.
- d) Qué tengan redes sociales en la ciudad de Mexicali, Baja California,
- e) Qué realicen emprendimientos de tipo tradicional.
- f) Que hayan llegado a la ciudad en los años 2015 a 2020.

Por lo anterior el grupo de estudio, quedó compuesto por 20 migrantes por medio del muestreo teórico no intencionado los que cumplen con los criterios de inclusión de la investigación.

Delimitación y lugares de estudio

El siguiente trabajo se centró en la localidad de Mexicali, Baja California, tomando como lugares de estudio negocios establecidos en la localidad por migrantes que cumplieran con las características necesarias para transitar de la informalidad a la formalidad laboral y con ello poderse registrar en hacienda como una persona moral.

Dimensiones de Análisis

1. Dimensiones de análisis: emprendimiento, capital humano, redes sociales, inserción laboral, representaciones sociales.
2. Delimitación del Estudio: Mexicali, Baja California. Migrantes extranjeros dentro del periodo del 2015 al 2020.

Muestreo

El grupo de estudio fue obtenido a través de muestreo teórico intencionado que de acuerdo a Martin-Crespo y Salamanca (2007) es aquel que se inicia mediante la entrevista a un grupo de voluntarios que deseen participar en el proyecto de investigación, la muestra se va acrecentando mediante la herramienta de “avalancha” o “bola de nieve”. Posteriormente, como señala Tique (2012:75), “se transita hacia una estrategia de muestreo deliberado, basado en las necesidades de información detectadas en los primeros resultados obtenidos”.

Recolección de datos, aplicación del instrumento metodológico y consideraciones del análisis.

El proceso recolección de datos de esta tesis, se vio envuelta en una serie de situaciones que volvieron desafiante el poder aplicar los instrumentos, todo esto debido a la contingencia mundial que se presentó en el año 2020 con la Pandemia de SARS CoV-2, la cual orilló a las autoridades a realizar la recomendación de distanciamiento

social. A pesar de la situación se pudo realizar el levantamiento en campo a distancia, haciendo uso de las tecnologías de la información para realizar las entrevistas, mismas que fueron grabadas con el consentimiento informado de los participantes.

Entrevistas

Esta investigación se utilizó la entrevista semi-estructurada la cual consiste en un instrumento que permite un diálogo coloquial entre entrevistador/investigador y entrevistado. Canales (2006) citado por Pérez y González (2020) define la entrevista como "la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto" (p. 20)

Las entrevistas se realizaron durante el periodo de los meses de noviembre del año 2020 y marzo del año 2021. Es importante señalar debido a la pandemia mundial de SARS COV-2, en los años 2021-2022, la cual originó acciones por parte de los gobiernos de distintas partes del mundo a realizar actividades no presenciales, lo que orilló a realizar el levantamiento de información en campo por medio aplicaciones digitales tales como Whatsapp, Google Meet, Zoom, y llamadas telefónicas, netnografía digital. En este sentido estos instrumentos fueron de mucha ayuda por el tipo de cuestionamientos, ya que algunos de los datos son personales y los encuestados tuvieron una buena recepción con estos procesos.

Se realizó un guión de entrevista de cuatro apartados. En primer apartado es de datos generales, el segundo apartado es de las características del negocio, en el tercer apartado observa las necesidades de los emprendimientos. Por último, se llevó a cabo un análisis de las redes sociales por parte de los emprendedores migrantes, en este

cuestionario por motivos de seguridad de la identidad y de datos que pueden comprometer a los emprendimientos, se utilizarán apodos los cuales protegen la identidad de los encuestados.

Se codificaron 20 entrevistas realizadas entre octubre del 2020 a mayo del 2021. Los sujetos de estudio, fueron obtenidos por medio del muestreo teórico no intencionado compuesto por 20 migrantes extranjeros que cumplen con los criterios de inclusión de la investigación: emprendedores, radicados de forma permanente en la ciudad de Mexicali, Baja California, que el emprendimiento sea su fuente secundaria o principal de ingreso, que posean un estatus legal en el país, que tengan redes sociales en la ciudad de Mexicali, Baja California, que realicen emprendimientos de tipo tradicional y que hayan llegado a la ciudad en los años 2015 a 2020.

Cabe mencionar la importancia de encontrar confianza por parte de los sujetos de estudio ya que envueltos en la situación de la pandemia y con el estrés generado por la misma, mucho del contenido se debió llevar a cabo a través de porteros que nos sirvieron de enlace para podernos comunicar, además de buscar plataformas digitales que les facilitara la comunicación a nuestros entrevistados, muchos de ellos no contaban con una computadora por lo que se tuvo que hacer una videollamada por teléfono inteligente.

Los nombres y datos que se mostraran a continuación usan apodos para proteger la identidad de los entrevistados.

Tabla 1: Informantes clave

Seudónimo	Edad	Sector económico	Experiencia emprendedora	Educación	Fecha
-----------	------	------------------	--------------------------	-----------	-------

WOLY	30	SERVICIOS	COMERCIANTE	SUPERIOR	NOV/2020
MICKEY	27	SERVICIOS	SERVICIOS	SUPERIOR	FEB/2021
MARIA	42	SERVICIOS	COMERCIO	MEDIA SUPERIOR	MAR/2021
MOSES	34	SERVICIOS	CONSTRUCCIÓ N/ COMERCIO	SUPERIOR	ABRIL/2021
ROLDAN	39	COMERCIO	COMERCIO	MEDIA SUPERIOR	ABRIL/2021
FRITZ	37	SERVICIOS	COMERCIO	SUPERIOR	ENE/2021
WESLEY	33	SERVICIOS	SERVICIOS	SUPERIOR	FEB/2021
JOSEPH	42	SERVICIOS	SERVICIOS	MEDIA SUPERIOR	ENE/2021
EVELYN	31	SERVICIOS	COMERCIO	MEDIA SUPERIOR	FEB/2021
CARILI	35	SERVICIOS	COMERCIO	SUPERIOR	MAR/2021
JANINI	32	SERVICIOS	SERVICIOS	SUPERIOR	MAR/2021
JEAN ELI		COMERCIO	SERVICIOS	MEDIA SUPERIOR	MAR/2021
JOS MARIO		SERVICIOS	SERVICIOS	MEDIA SUPERIOR	FEB/2021
ELENY		SERVICIOS	SERVICIOS	SUPERIOR	MAR/2021
LEXITON		SERVICIOS	SERVICIOS	MEDIA SUPERIOR	MAR/2021

JOSÉ LUIS	SERVICIOS	COMERCIO	MEDIA SUPERIOR	MAR/2021
JEREMY	SERVICIOS	COMERCIO	MEDIA SUPERIOR	MAR/2021
MARIAN	COMERCIO	COMERCIO	SUPERIOR	FEB/2021
LOUIS	SERVICIOS	COMERCIO	MEDIA SUPERIOR	MAR/2021
FRANK	SERVICIOS	SERVICIOS	MEDIA SUPERIOR	MAR/2021
DAVID	SERVICIOS	SERVICIOS	MEDIA SUPERIOR	MAR/2021

Fuente: Elaboración propia.

Es importante mencionar que muchos de ellos no conocían el idioma o contaban con dificultades técnicas debido a los problemas de conectividad que existen en las redes de internet de Mexicali. Pese a esos obstáculos su amabilidad y compromiso nos permitió llevar a cabo la aplicación de las entrevistas.

El proceso de recolección de datos se llevó a cabo en un parte de la investigación de manera virtual utilizando plataformas de comunicación debido a la crisis sanitaria de SARS-Cov2, la cual afectó las dinámicas sociales en todo el planeta en el año 2020, eso no impidió que se realizarán estos instrumentos gracias al esfuerzo de los entrevistados y de la facilitación de estos contactos mediante porteros o conocidos de los mismos, que permitieron el acercamiento. De acuerdo a Alejo y

Osorio (2019) el portero es la persona que facilita la entrada al trabajo de campo y el acceso a los informantes clave.

Análisis de Resultados

Los testimonios recabados en las entrevistas fueron transcritos en el sistema operativo word, mismos que a su vez fueron capturados y analizados dentro de la plataforma para análisis cualitativo Atlas Ti, en donde se realizó la captura, sistematización y análisis de la información recabada en las entrevistas semiestructuradas con el apoyo de dicho software.

Con base en la revisión de la literatura, desde la teorización se determinaron cinco dimensiones: emprendimiento, capital humano, redes sociales, inserción laboral, representaciones sociales. Adicionalmente se establecieron 20 variables que se codificaron en el software para generar citas que se relacionen con el discurso de los entrevistados.

Esta información se complementa con la revisión de notas periodísticas, que fueron analizadas a través de modelos visuales tales como; mapas mentales y el establecimiento de nubes de palabras, para revisar la incidencia de temas y la repetición de términos y palabras en el discurso de dichas notas con la finalidad de analizar la recepción y percepción de la comunidad con respecto al migrante emprendedor.

Fuentes

Adicionalmente al análisis de las entrevistas realizadas dirigidas a los emprendedores migrantes extranjeros con un estatus migratorio regular en Mexicali, se utilizaron como fuentes secundarias consultas de fuentes bibliográficas, mismas que se han empleado para la parte teórica; artículos de revistas científicas, publicaciones nacionales e internacionales. La bibliografía que se utilizó es sobre emprendimiento, teoría de redes sociales, migración, integración migrante, capital humano. Para la parte del análisis hemos utilizado notas periodísticas sobre los emprendimientos migrantes, esto para revisar el impacto de estas notas en la prensa local, también videos y publicaciones en redes sociales para este rubro.

Hallazgos a obtener

En este sentido, del análisis de nuestras fuentes primarias y secundarias, se pretende lo siguiente:

1. Detección y diagnóstico del problema de investigación.
2. Recomendación para brindar acompañamiento para la resolución del problema.
3. Creación de un perfil migrante emprendedor.

Descripción del capitulado

El presente trabajo se compone de seis capítulos. En el primer capítulo se analiza la actividad emprendedora en Mexicali y su construcción a lo largo de la historia, mencionando los elementos concretos que han llevado a la entidad a tener un clima de emprendimiento propicio a ser aprovechado por extranjeros. En el capítulo segundo se tendrá un análisis teórico para buscar mediante la discusión y contrastación de teorías

tales como: redes sociales, capital humano e integración, para la conceptualización de tipología del perfil migrante emprendedor. En el tercer capítulo se llevará a cabo una revisión del instrumento y su implementación, así como los elementos que constituirán el análisis de los resultados obtenidos de las entrevistas y las categorías de investigación. En el capítulo cuarto se definirá el perfil del migrante emprendedor, la influencia de las redes sociales y capital humano en los emprendedores migrantes. En el capítulo quinto se revisarán los datos obtenidos por los instrumentos metodológicos, así como un seguimiento del discurso de los migrantes con respecto a su experiencia como emprendedores. Finalmente, en el capítulo sexto se expondrá el análisis de resultados donde encontraremos las particularidades del perfil y los procesos de integración para culminar el trabajo con las conclusiones y futuras líneas de investigación, además de recomendaciones.

CAPITULO 1

Composición histórica y demográfica de los migrantes en la ciudad de Mexicali, Baja California.

1.1 Antecedentes de asentamientos de extranjeros en Mexicali, Baja California.

Situada en el estado de Baja California, la ciudad de Mexicali, en la actualidad, se erige como una ciudad de migrantes al norte de México. La propia concepción histórica de la

misma la relaciona con el sentido de emprendimiento de este estudio, en donde, un claro ejemplo de lo anterior, es la figura de los pioneros, no solo como testigos de esta situación, citando en el imaginario colectivo la imagen es estos migrantes que vinieron a una tierra inhóspita a establecerse y prosperar, sino de la evidencia de esta identidad de emprendedor, tomando en consideración que la palabra emprendedor tiene una etimología relacionada con la palabra entrepreneur el cual significa pionero en lengua francesa. El migrante que viene a la ciudad fronteriza de Mexicali entonces constituye parte de su composición histórica y carácter, siendo este arquetipo de sujeto uno que en el imaginario de la sociedad de esta ciudad, representa la esencia del mexicalense.

Considerando lo anterior, resulta relevante revisar la historia de cómo las migraciones extranjeras han contribuido a formar lo que hoy se conoce como la ciudad de Mexicali a través de los emprendimientos de los mismos, sobre todo rescatando la historia de los emprendimientos de la comunidad china en la localidad, la cual en paralelo, ha sembrado junto con los mexicanos, una presencia que ha trascendido en lo cultural y social, presencia que ahora pareciera que otros extranjeros han llegado a imitar, como la comunidad haitiana principalmente, la cual recientemente ha llegado a esta ciudad de Mexicali con la intención de emprender algún negocio.

De ahí la importancia de conocer las dinámicas de emprendimiento en la localidad a través de los años y analizar, si a través de las mismas, dichas comunidades se han podido integrar laboral, social y culturalmente a las tradiciones y cultura de la población originaria de esta región de Baja California.

Pese a tener una comunidad indígena propia, los Cucapá, la ciudad de Mexicali nunca fue para el territorio de Baja California, un enclave para consolidar un

asentamiento como en otras partes del estado. Lo anterior se debió en gran medida a lo inhóspito de la zona, la cual era muy calurosa y debido a la desembocadura del Río Colorado, se formaban en su extensión territorial infinidad de ciénagas.

Velázquez (2006) señala que fue a finales del siglo XIX, en 1888, cuando el gobierno federal adjudicó a Guillermo Andrade fundador de Compañía Mexicana Agrícola, Industrial y Colonizadora de Terrenos del Colorado, la cual obtuvo grandes extensiones de tierra en esta parte del país con la finalidad de colonizar la zona fronteriza con Estados Unidos. Sánchez-Ogás (2021) señala que, entre los años 1898 y 1900, en lo que se conoce como *el valle*, dio inicio el desarrollo de la ciudad de Mexicali con la instalación de empresas dedicadas a la irrigación que deseaban aprovechar el agua del Río Colorado en la agricultura de forma prioritaria, promoviendo para lo anterior la construcción de canales de riego, lo que años más tarde terminaría convirtiendo al Valle de Mexicali en el centro productor de algodón más importante del mundo.

Posteriormente, en el año de 1902, derivado de este auge empresarial y del descubrimiento de las tierras del delta del Río Colorado como zona fértil para desarrollar proyectos de agricultura, empezaron a surgir los primeros asentamientos que darían origen al Valle Imperial y al Valle de Mexicali, respectivamente. En relación a los nombres, cabe destacar que el primero de los mencionados, Valle Imperial, situado en territorio estadounidense, toma su nombre a causa de los migrantes procedentes de china los cuales empezaron a laborar en las primeras obras recordando su herencia milenaria e imperial.

Uno de los precedentes de la migración china fue la guerra del opio (1839-1842) en donde China resultó derrocada, teniendo como consecuencia la adhesión de Hong Kong por parte de Gran Bretaña. Esta derrota por parte de la comunidad china se tradujo en comunidades destrozadas y por consecuencia hambruna en la población, a lo que se le suma un auge en el consumo de opio a raíz de la creciente influencia de los colonialistas occidentales como Estados Unidos, Países Bajos, Suecia y Francia. Lo anterior, esto junto con la falta de respeto de los colonizadores hacia las tradiciones y creencias del pueblo chino, desgarraron el tejido social en muchas comunidades chinas que en ese momento eran agrícolas (Velázquez, 2006). Sin embargo, el proceso que más repercutió en la emigración de la comunidad china fue el tráfico de *culíes* (苦力), apelativo que se les asignaba a los trabajadores de baja cualificación provenientes de la india, china y otros países asiáticos.

Este tráfico de culíes hacia Estados Unidos después de la Guerra Civil para trabajar en la construcción de las vías férreas que conectan las dos costas de la unión americana, es la pieza angular de este movimiento migratorio, y en el cual, con base en engaños y la promesa de poder establecerse en otro lugar para comenzar de nuevo, llegaron a América miles de inmigrantes procedentes de Asia que fueron utilizados como trabajadores en las vías férreas, así como jornaleros.

En el caso de México, el primer antecedente de relaciones con China data del año 1899 con el Tratado de Amistad, Comercio y Navegación entre México y China, el cual tuvo vigencia hasta el año 1921. Después de los cambios políticos y sociales que hubo por la revolución mexicana se hicieron ajustes al tratado los cuales no repercutieron en un problema migratorio o de enemistad entre ambas naciones, por lo

que la migración a México se dio con regularidad, en especial por parte de chinos que no pudieron continuar trabajando en los ferrocarriles o que fueron afectados por la ley anti china de gobierno norteamericano a finales del siglo XIX, causando con ello el incremento de la movilidad de inmigrantes chinos hacia México.

Esta migración no pasó desapercibida, ya que, acorde el Servicio de Migración de la época, había migrantes chinos provenientes de la provincia de Cantón establecidos en todo el país (Velázquez, 2006), focalizándose la mayoría de ellos en el estado de Baja California, razón por la cual en esta localidad, se concentró la colonia china más grande y organizada del país, cuyos miembros se dedicarán a desempeñar las actividades agrícolas en el Valle de Mexicali, en especial, en el cultivo de algodón.

Lo anterior fue lo que dio paso a que la Colorado River Land Company, se convirtiera entonces en el referente de la producción de algodón en la comunidad a su vez introdujera: “tractores y derribaron, apilaron y quemaron árboles y mezquites para aplanar el terreno. Para el riego de las tierras construyeron diques, se levantaron bordos, canales y drenajes. En pocos años, y gracias al trabajo de hindúes y japoneses, pero primordialmente de los chinos, el desierto de Mexicali se transformó en un valle fértil, al grado que durante la década de los veinte se convirtió en el centro algodnero más importante de la región y del país” (Velázquez, 2006: párr.11).

Esta bonanza y la urbanización del área mejoraron la década posterior de los años veinte en donde empezó la creación de una zona comercial la cual estaba interconectada con el primer cuadro de Calexico, la cual no solo contaba con negocios, sino con bares, casinos y cantinas las cuales en la época de la prohibición del alcohol en Estados Unidos se convirtieron en un destino turístico importante para los vecinos

del sur de California. La comunidad china supo aprovechar la coyuntura de la época pues, al convertirse Mexicali en un destino privilegiado y con afluencia turística (principalmente de los Estados Unidos), esta comunidad empezó a manejar distintos giros donde destacó el negocio de las apuestas y prostitución, así como fumaderos de opio, mismos que fueron desarticulados por los mafiosos norteamericanos a la par que surgían movimientos racistas por parte de grupos anti-extranjeros en la localidad, los cuales incurrieron en actos violentos en estos primeros años de formación de la ciudad en contra de la comunidad china mexicalense.

Este sentimiento anti-extranjero no fue algo fortuito, pues en la época había una marcada división social y racial, la cual se veía matizada por la comunidad china, quien basaba toda su estructura en una herencia filial y de costumbres, misma que ha perdurado hasta nuestros días, con contados casos particulares que decidieron no seguir en la comunidad y hacer su vida alejado de las tradiciones de sus compatriotas.

1.2 La asimilación de la comunidad china y su importancia en la cultura mexicalense.

El 27 de enero de 1937, un grupo de campesinos conformados por los hermanos Guillen e Hipólito Rentería, tomaron por asalto algunas empresas agrícolas estadounidenses con el propósito de repartirse las tierras de cultivo del Valle de Mexicali. A este movimiento se le conoció como el asalto a las tierras, el cual fue por conducto del presidente Lázaro Cárdenas ratificado y constituyó un cambio en la

dinámica, agraria y social de Mexicali. Este suceso marcó un hito en la estructura y desarrollo de Mexicali, generando, a causa de este reparto agrario, una migración interna de distintas partes del país como Sonora, Sinaloa y Guadalajara, los cuales llegaban a la localidad con la finalidad de iniciar nuevos latifundios.

Es importante señalar que muchas de estas tierras expropiadas de manera arbitraria pertenecían a familias chinas, lo que contribuyó en problemas con la comunidad china, los cuales se sentían con él mismo derecho que los mexicanos de labrar esas tierras. Aun así, hubo algunos arreglos económicos entre algunos chinos acaudalados y lograron mantener algunas propiedades a su vez que se reagrupan dentro del centro urbano de Mexicali, empezando a emprender en ferreterías, cafés y restaurantes.

Este cambio de actividades por parte de los chinos y el crecimiento de Mexicali por parte de los pobladores de otros estados que llegaron a trabajar en el campo mexicalense, se vio matizado con los movimientos braceros que se dieron en México en la década de los años 50's, en donde muchos mexicanos iban a Estados Unidos a trabajar por un tiempo determinado y, al concluir el mismo regresaban a México. Como forma de acotar la distancia una vez que regresaban al país, muchos de estos conciudadanos decidieron establecerse en la ciudad de Mexicali, a la par que la comunidad china continúa consolidando sus negocios.

En los años 70's, con el auge de la industria maquiladora en el país, lo que incluía la ciudad de Mexicali, aunado a la urbanización de la época, se empezó a notar un aumento en la calidad de vida de los pobladores de la región por lo que las prácticas de esparcimiento fueron cambiando. Con la introducción de cines y la apertura de

restaurantes, la comunidad china encontró un área de oportunidad importante para brindar al mexicalense sediento de experiencias distintas la oportunidad de degustar comida exótica, por lo que se crean los primeros restaurantes de comida china de estilo, los cuales estaban decorados con motivos chinos que brindaban al comensal la impresión de que estaba comiendo en un palacio chino. Estos establecimientos fueron un éxito, generando un precedente en la entidad.

En la década posterior a los años 80's se estimó un incremento de la comunidad china, empezando a notar una interacción más favorable dentro de la relación y la participación de la comunidad china en Mexicali al adoptarse costumbres y aspectos culturales como la gastronomía, la cual fijó ese punto de unión entre el chino y el mexicalense, siendo los platillos de origen chino, la comida típica de la entidad.

Actualmente se estima que hay aproximadamente más de 20 mil habitantes de origen chino en Baja California, esto según datos del cónsul chino en Tijuana, y más de 12 mil se encuentran radicando en Mexicali. Hablar de la comunidad china va más allá de su comida, sino es su propia cultura la que contrasta con la mexicanidad fronteriza que vemos en Mexicali, siendo una ciudad que en la actualidad mantiene una herencia de migrantes nacionales y extranjeros.

Si bien es común ver alrededor de toda la ciudad establecimiento de comida china y negocios atendidos por esta diáspora, la misma, quizá derivado de sus tradiciones y costumbres al ser una comunidad muy endógena, solo está ahí como un testigo de esta falta de cohesión social, ya que, como habitantes de la ciudad, muchas veces la interacción de los mismos con la comunidad mexicalense o la ocupación de puestos públicos es poca, viendo reducido su papel, en la mayoría de los casos, como

un simple agregado distante de la sociedad. Hay que mencionar, además, que la comunidad china sigue en muchos ámbitos cerrada y aunque nos han compartido parte de su cultura, como sus danzas, artes marciales y comida, siguen sin ser parte activa de la propia identidad Cachanilla, aunque sí juegan un papel importante en la industria de servicios de la localidad.

1.3 Migración Haitiana y Centroamericana: Recientes grupos migratorios en Mexicali

Hablar de la comunidad china en Mexicali sin duda es un tema muy interesante, pero no solo han sido los chinos los que han compartido vecindad con los mexicalenses, a través de los años italianos, rusos, japoneses, entre otros han compartido actividades en Mexicali, pero la trascendencia de estos grupos no ha significado un proceso de asimilación como en el caso de la comunidad china en Mexicali. Esto se debe a la poca representatividad de los mismos teniendo esto como matiz la cantidad de chinos que han radicado en la región hace que estas diásporas sean muchas veces ignoradas por la población. Este fenómeno de desinterés se ha visto matizado por las migraciones propias de los mexicanos a Estados Unidos, y a su vez esta migración constante de compatriotas ha generado un sentido de convivencia y vecindad tal que, en Baja California, se ha contrastado con los usos y costumbres.

Viendo a la comunidad china como parte de la propia identidad de la región y comparándolos con sus contrapartes de San Francisco, por ejemplo, podemos vislumbrar que las similitudes de su representación en la sociedad son similares. en Estados Unidos vemos el famoso Barrio Chino el cual es identificado por mucho y en

su contraparte mexicana vemos que el Centro Histórico de Mexicali es representado por los chinos incluso dentro del imaginario colectivo y aun radicando gran parte de la comunidad en esa área, siendo que la expansión urbana en Mexicali ha avanzado al oriente y sur de la ciudad. Si bien la comunidad china es la diáspora más representativa de la localidad, en los últimos años se ha podido observar un cambio radical en el flujo migratorio que llega a radicar a la ciudad de Mexicali, el cual ha cambiado la perspectiva del migrante ante los ojos de la sociedad contemporánea.

A finales del año 2016, debido al término de una amnistía otorgada para migrantes afrodescendientes por parte del gobierno de los Estados Unidos, hubo un movimiento migratorio de haitianos desde Chile y Brasil los cuales se introdujeron a México desde Chiapas con destino a Tijuana, Baja California. Gran mayoría de estos entraron al país como si fueran originarios del Congo, lo que rápidamente llamó la atención de la prensa y de la sociedad ya que en una primera instancia se hablaba de 20 mil congoleños. Estos migrantes llegaron a Baja California, siendo reubicados varios de los mismos en la ciudad de Mexicali, los cuales, al empezar a regularizar su estatus migratorio, tuvieron que aceptar que, en realidad, eran connacionales de Haití. A este descubrimiento se le sumó el hecho que los mismos rápidamente se le fueron sumando noticias que aludían que muchos de estos migrantes haitianos no buscaban recibir ayuda de la sociedad de acogida, sino que por su propia cuenta empezaron a buscar trabajo e incluso estaban empezando a emprender. Inmediatamente la sociedad se volcó en auxilio y en distintos comentarios positivos hacia estos migrantes que, en palabras de muchos medios y testimonios recabados en prensa, se dijo que eran bienvenidos por su disposición a trabajar y se les comparó con la comunidad china, la

cual su población, de igual forma es considerada como trabajadora y participante productiva en la región. En la actualidad en la región permanecen aproximadamente 300 haitianos, los cuales muchos se han establecido y han formado familia, tenido hijos en Mexicali y abierto sus propios negocios, es aún muy pronto para hablar de integración, pero tal como en el caso de los chinos que empezaron a trabajar en los campos del recién logrado valle de Mexicali, los haitianos han empezado a labrar su camino como una diáspora más, la cual ya es identificada por los mexicalenses, sin embargo, no es la única.

En el año 2018, llegaron a la ciudad de Mexicali miles de migrantes procedentes de Centroamérica y el Caribe. Esta modalidad de migración tuvo una característica fundamental: se realizó vía terrestre y en grupos significativos. Un punto a destacar dentro de estas migraciones procedentes de Centroamérica y el Caribe, es la recepción que han tenido en las ciudades fronterizas, llegando incluso a tener puntos de choque, por lo cual han sido mal vistas, no solo por la ciudadanía, sino por los comunicadores y políticos, lo que ha originado una percepción muy negativa de esta diáspora en particular, llevándose a formar grupos anti migrantes con consignas y reuniones para que la autoridad deportara y no permitiera el paso de los mismos, ni se atendieran mediante políticas de integración a migrantes provenientes de dichas regiones, utilizando como ejemplo a los chinos y haitianos como ejemplos de migrantes deseados. Un punto a destacar es que no solo la población procedente de Centroamérica ha utilizado estas caravanas, la población haitiana también ha participado en las mismas utilizando esta modalidad para su movilidad hacia los Estados Unidos.

1.4 Composición actual de la población extranjera en Mexicali, Baja California

En los últimos años la composición del migrante en la ciudad de Mexicali ha sido muy diversa. Según el Estudio de Situación Socioeconómica de Migrantes y Extranjeros en Baja California (Coplade, 2017), el 84.6% correspondía a migrantes del sexo masculino mientras el 15.3% restante estaba conformado por migrantes del sexo femenino. De estas cifras su procedencia era diversa, imperando la población procedente de Haití (77%), seguida de Honduras y Brasil (4.7% respectivamente), el Congo (3.3%) y Guatemala (2.7%). Lo anterior es un dato relevante pues indica que hay una marcada migración masculina, atendiendo el contexto hasta el año 2020.

La carencia de un centro de integración o transparencia con la información dificulta el contabilizar quienes han llegado o llegarán a Baja California, así como la importancia de Mexicali como ciudad fronteriza y la necesidad por parte del gobierno de satisfacer de las necesidades básicas (lo que incluye el empleo y salud) a las personas que, por una forma u otra deciden quedarse y establecerse en la entidad.

Al respecto, acorde a datos arrojados en el estudio previamente mencionado, el 52.3% de los migrantes que se encuentran en la ciudad de Mexicali se encuentran desempleados dejando solo al 47.6% con un empleo, el cual puede ser de tipo formal o informal. En cuanto a su situación actual en Mexicali, el 52.3% se encontraban desempleados y sólo el 47.6% tenía un empleo; considerando que antes de migrar, el 59.1% de los encuestados se encontraban económicamente activos, en contraste con el 40.8% de este segmento que expresó estar desempleado (Coplade, 2017).

Además de estos datos, cabe resaltar los siguientes elementos de condiciones personales del migrante, por ejemplo, los rangos de edad de las personas que más migraron se encuentran entre los 25 y 34 años con 57.4%, dentro de este rango de edad hay una mayor representación por mujeres del 59.1%, seguido de 34 a 44 años con un 20.2%. Con respecto al estado civil de los encuestados, el 67.1% manifestó ser soltero; el 26.7%, casado; el 1.3%, divorciado; el 3.4% habían enviudado; y el 1.3% en unión libre. Con respecto a los niveles de escolaridad de los migrantes, el 52.7% respondió que contaba con estudio de educación "secundaria completa"; el 22.3% con la "primaria completa"; y el 16.8%, con estudios superiores o truncos. (Coplade, 2017).

Los datos precedentes marcan dos temáticas que en esta investigación serán de suma importancia; la educación y la edad, perfilando estos elementos como partes fundamentales del perfil del migrante emprendedor. Revisando lo anterior, vemos como existe una relación entre los perfiles de emprendimiento, que derivaron en la creación de emprendimientos por los grupos migrantes de centroamericanos y caribeños, dichos emprendimientos posibilitaron una inserción socio-laboral visible y con mayor impacto a nivel mediático, que se vio reflejada en medios de comunicación y en una actitud positiva por parte de la sociedad mexicalense a estos grupos.

1.5. La importancia del migrante en Mexicali y su posible integración a través de los asentamientos migrantes

La Organización Internacional para las Migraciones (OIM) define a un migrante como:

Cualquier persona que se desplaza, o se ha desplazado, a través de una frontera internacional o dentro de un país, fuera de su lugar habitual de residencia independientemente de: 1) su situación jurídica; 2) el carácter voluntario o involuntario del desplazamiento; 3) las causas del desplazamiento; o 4) la duración de su estancia [OIM, 2021].

Partiendo de esto, es necesario resaltar la dinámica que se ha dado de los distintos grupos de migrantes internacionales dentro de la historia de Mexicali, Baja California, entendiéndose ésta como: “Cualquier persona que se encuentre fuera de un Estado del que sea ciudadano o nacional o, en el caso de los apátridas, de su país de nacimiento o residencia habitual. Él término incluye a los migrantes que tienen la intención de trasladarse de forma permanente o temporal, a los que se trasladan de forma regular o con la documentación requerida, y a aquellos que se encuentran en situación irregular.” (OIM, 2019:136). Basándonos en estas primicias se observa al migrante como un agente emprendedor que, al momento de realizar la migración, este realiza un acto emprendedor que tiene como objetivo beneficiar y mejorar su calidad de vida.

El emprendimiento como concepto es difícil de encasillar dentro de una sola categoría, Cuervo, Ribeiro y Roig (2006) citado en (Ávila, 2021) manifiestan que:

El término “Entrepreneurship” se presenta muchas veces bajo las denominaciones de factor empresarial, función empresarial, iniciativa empresarial, comportamiento empresarial e incluso se habla de espíritu empresarial”, sin

embargo, de acuerdo al análisis socio-histórico conceptual se reconoce al emprendimiento como respuesta o resultado emergente para que la sociedad pueda enfrentar épocas de crisis, incertidumbre, cambio o transformación, de ahí que es fundamental reconocer la contribución del emprendimiento al desarrollo económico a través de la innovación, puesto que desde la lógica económica del siglo XXI. (p. 8).

Por lo tanto, hablar de emprender nos lleva al campo de la innovación y adaptación, siendo estas piezas angulares dentro del emprendimiento del emprendedor. De acuerdo con Carrillo (1999: p. 4) citado en Ávila (2021) Schumpeter, profesor de Harvard, utilizó por primera vez el término emprender “para referirse a aquellos individuos que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados” (p.36).

Y ha distinguido como “emprendedores” a “innovadores que buscan destruir el status-quo de los productos y servicios existentes para crear nuevos productos y servicios” (Schumpeter, 1934 citado en Ávila (2021) p. 37). En este sentido se puede decir que las personas innovadoras son personas que buscan crear dentro de la sociedad una ruptura para poder introducirse y generar un cambio a través del emprendimiento, el cual, a palabras de Stevenson (1990:12) “el mismo es la búsqueda de oportunidades independientemente de los recursos controlados inicialmente”. A nivel social entonces debemos ver al emprendimiento cómo esa cualidad de los individuos para influir en su entorno económico y socio-laboral, estos conceptos nos llevan al migrante que emprende.

De lo anterior se puede decir entonces que el migrante emprendedor, entendido este como aquel individuo que al momento de migrar se dispone a realizar un emprendimiento, con la motivación de realizar o ejercer una actividad que en su lugar de origen no pudo desarrollar y que en la sociedad de acogida aprovecha las oportunidades encontradas dentro del lugar donde se establece sacando ventaja de la coyuntura para la formación de negocios o para emplearse en actividades que se presenten independientemente de su capacidad, experiencia o decisión. Dicho esto la historia de la migración en Baja California es muy rica en elementos de esta índole entendiendo que no fue una formación típica donde el asentamiento se da de manera natural, sino que repercute la decisión de aprovechar el área para emprender una actividad económica aprovechando lo inhóspito del lugar, dándole a estos *emprendedores*, una opción amplia de maniobra dentro de su visión y objetivos personales de vida y desarrollo, en donde, sin hacer un juicio extenso, podemos afirmar que esta influencia ha sido positiva y que el recuento histórico de la presencia de extranjeros en la ciudad de Mexicali, ha servido como mortero para poner unir las distintas culturas y grupos en una sola identidad de la frontera, donde los usos y costumbres difieren del resto de la República y donde los emprendimientos migrantes como la comida china, se vuelven la costura para unir el tejido social de una sociedad multicultural y diversa en donde a través de los sucesos relatados, se pudo observar cómo la fuerza laboral de los chinos que se asentaron en Mexicali, formó una red social la cual al ser hermética generó lazos muy estrechos en sus relaciones entre los miembros de su comunidad que fueron interactuando entre sí y dándose a notar como un grupo homogéneo y no como un grupo asimilado en la dinámica que vemos

normalmente en las ciudades nuevas del siglo pasado en México. Hablar de inserción nos lleva a señalar la frecuencia de la interactividad, el grado de cercanía y la reciprocidad, no solo a nivel familiar, sino en interacciones laborales, sociales y culturales (Velásquez, 2006).

En este sentido, la migración en nuestro país pareciera un tema que ya se domina a través de la historia de refugiados y migrantes de distintos países, los cuáles dan cuenta de sus múltiples contribuciones al crecimiento de México, en donde un país como éste con una riqueza cultural pero con una participación de estos extranjeros en los distintos sectores de la sociedad, hacen que nos replanteemos si su presencia ha influenciado de manera positiva mediante sus emprendimientos, cultura y su relación con nuestra cultura y costumbres sin hacer un juicio muy extenso podemos afirmar que esta influencia ha sido positiva y que el recuento histórico de la presencia de extranjeros en la ciudad de Mexicali, sirvió como mortero para poder unir las distintas culturas y grupos de mexicanos en una sola identidad de la frontera donde los usos y costumbres difieren del resto de la República, donde la comida china y las nuevas tradiciones, se vuelve la costura para unir el tejido social de una sociedad multicultural y diversa.

A partir de los últimos años en Baja California, un sinnúmero de sucesos han originado dentro de este estado fronterizo una singular crisis económica, la cual es necesaria abordar para observar sus distintas aristas con un estudio holístico que nos muestra las causas y efectos dentro lo que es la crisis financiera internacional y cómo estos impactos crean el paradigma de la resiliencia en esta región. Para gran parte de las autoridades la solución de la desocupación del migrante recae en su rápido ingreso

al sector laboral de Mexicali, el cual siempre debido a los problemas de alta rotación de personal en el sector de la Industria Manufacturera, Maquiladora y de Servicios de Exportación (IMMEX) , se convierte en el nicho ideal para ofrecer miles de vacantes las cuales muchas veces no son aceptadas por los migrantes extranjeros, esto debido a que los salarios además del costo de vida de la frontera las vuelve poco atractivas para ellos.

Eso desmotiva al migrante y este busca alternativas las cuales muchas veces encuentra en el emprendimiento ya sea formal e informal. Este punto se profundizará en el capítulo tercero donde veremos como el emprendimiento tiene elementos que incentivan la participación del migrante dentro de la dinámica comercial de la región y se convierte en el proceso ideal para su visualización, lo que permite que sean vistos como miembros productivos en una sociedad que desconoce el contexto de su vida o las dificultades que se presentan al tratar de integrarse en Mexicali, una ciudad emprendedora y dinámica en temas de micro, pequeña o mediana empresa (MIPyME).

CAPITULO 2

Aproximaciones teóricas en torno al emprendimiento migrante.

2.1 Conceptualización del concepto de emprendimiento migrante.

El proceso del emprendimiento migrante, puede ser entendido como la acción de iniciar una actividad. Emprender es un término que tiene con múltiples acepciones, de acuerdo con el contexto en el que sea empleado; sin embargo, diversos autores coinciden en que dicho vocablo se deriva de entrepreneur, que a su vez se origina del verbo francés entreprendre, que significa “encargarse de” (Montayo, 2008 citado en Ávila, 2021).

En este sentido el migrante tiene una propensión a emprender la cual es inherente al propósito de su movilización. Por lo anterior el emprendimiento es multidimensional y complejo por lo que se debe de dar un tratamiento teórico que logre expresar la importancia de éste como una herramienta que facilita la integración en estos grupos. Este capítulo abordará tres enfoques teóricos, a saber: las redes sociales, el capital humano y la integración migrante con la finalidad de que los mismos ayuden a contextualizar al migrante dentro de la frontera como un individuo que tiene la capacidad de emprender y consolidar una red social que le permita mediante al capital humano poder integrarse y tener una representación en la región lo que le permita insertarse con mayor presencia en el mercado laboral a través del emprendimiento.

2.2 Migración y emprendimiento

La palabra “integración” es una de las nociones claves y esenciales para comprender la visión de cómo se gestiona la diferencia y la diversidad cultural de los inmigrantes en una sociedad multicultural (Aldape y Ramírez, 2023), en donde el impacto de un emprendimiento viniendo de un grupo como este, además de que el estudio hace relación a la multi-culturalidad que tiene la ciudad fronteriza de Mexicali. Para Pajares (2005) la noción de integración está en constante discusión dentro del estudio sobre las migraciones debido a que en torno a ella se discuten las prácticas que el Estado lleva a cabo para determinar la manera en que los migrantes serán incorporados a la sociedad receptora, así como el tipo de relaciones que tendrán con las instituciones y con la sociedad misma (Medina, 2016). La integración social del migrante tiene varias facetas que abarcan distintos aspectos que van desde lo jurídico hasta lo cultural (Giménez, 2003), la integración del inmigrante es consustancial al reconocimiento por parte de la cultura pública como miembros legítimos de la sociedad y, en consecuencia, al goce de las mismas condiciones de equidad, derechos, obligaciones y oportunidades que los ciudadanos, sin que esto conlleva a la renuncia de sus rasgos socioculturales (Malgenesi y Giménez, 2000).

En este sentido la integración está vinculada, por un lado, con aspectos relacionados con la cultura, la identidad, la diferencia, las obligaciones y las oportunidades de los inmigrantes y, por el otro, con las relaciones e interacciones culturales, convivencia, cohesión social y con las estructuras económicas, políticas, educativas y jurídicas de la sociedad de acogida (Aldape y Ramírez, 2023), esto en el deber ser y en la literatura que muchas veces en la práctica no se realiza y son los

propios grupos los que consolidan estos procesos, por lo que revisaremos esto en el contexto del migrante emprendedor de mexicalense.

La delimitación del concepto del emprendimiento ha sido una tarea difícil, diversos investigadores han expuesto sus propias definiciones para el concepto de emprendimiento, sin que hayan llegado a un consenso ampliamente aceptado (Zhikun, 2018), en especial por el romanticismo que gira alrededor del concepto en sí. Al respecto, la OCDE (1998) considera que:

El emprendimiento es uno de los factores clave para crear una economía sólida capaz de impulsar el desarrollo económico y los cambios estructurales, señalando que los empresarios son agentes primordiales del cambio estructural y constituyen el motor de las posibilidades tecnológicas y de la utilización eficaz de los recursos en las economías de mercado [OCDE, 2021:31].

Para los migrantes entonces es fundamental encauzar el sentido en porque han llevado a cabo la decisión de emprender y auto-emplearse. Peterson y Bergen (1972) señalan que una gran variedad de estudios ha mostrado que la actividad emprendedora depende de una serie de condiciones como los factores del entorno y determinadas características de los individuos emprendedores (Zhikun, 2018). Al respecto Locke (2000) expone que toda acción humana es el resultado de factores motivacionales, además de la capacidad, la inteligencia y las habilidades del individuo. A este respecto, los factores internos como los aspectos y rasgos de la personalidad de

los individuos pueden tener un papel muy importante para la obtención del éxito en su actividad emprendedora (Zhikun, 2018).

2.3 Factores que inciden en la creación de negocios

Es importante destacar que el emprendimiento migrante también puede enfrentar desafíos específicos, como la falta de acceso a financiamiento, la falta de habilidades empresariales y la discriminación en el mercado. Por lo tanto, es necesario que se implementen políticas y programas que apoyen el emprendimiento migrante y les permitan superar estos desafíos para que puedan contribuir plenamente al desarrollo económico y social tanto en el país de origen como en el país de destino. No obstante no se puede basar la discusión teórica de esta investigación solamente en aspectos externos a la decisión de emprender. Dentro del emprendimiento para poder consolidar un perfil emprendedor, que sea acorde a la cultura emprendedora se deben de tomar factores motivacionales y personales, a la vez que factores de capital humano, factores de obstaculizaron, y redes sociales. Todos estos abonan al perfil emprendedor de aristas que ayudan a llevar a cabo sus negocios de manera natural, fluyendo a través de la red social la cual este mas relacionada a su capital humano y a su experiencia como emprendedor.

Sin embargo, se debe tener en cuenta que los migrantes emprendedores también pueden enfrentar desafíos específicos, como la falta de acceso a financiamiento, la falta de habilidades empresariales y la discriminación en el mercado. Por lo tanto, es necesario que se implementen políticas y programas que apoyen el emprendimiento de los migrantes y les permitan superar estos desafíos para que

puedan integrarse plenamente en la sociedad de acogida. La creación de negocios es un proceso complejo que involucra muchos factores. Algunos de los factores más importantes que inciden en la creación de negocios son:

1. *Motivación*: La motivación es un factor clave para la creación de negocios, ya que emprender un negocio requiere un alto nivel de motivación y dedicación. Los emprendedores necesitan tener una motivación fuerte para superar los obstáculos y mantenerse enfocados en sus objetivos a largo plazo.

2. *Identificación de oportunidades*: Los emprendedores necesitan ser capaces de identificar oportunidades de negocio y encontrar una necesidad no satisfecha en el mercado. Esto les permitirá crear un producto o servicio que satisfaga las necesidades de los clientes y les permita competir con éxito en el mercado.

3. *Recursos financieros*: El acceso a recursos financieros es un factor importante para la creación de negocios. Los emprendedores necesitan capital para invertir en el negocio y financiar su crecimiento. El acceso a financiamiento puede ser una barrera importante para algunos emprendedores.

4. *Habilidades empresariales*: Los emprendedores necesitan tener habilidades empresariales para administrar un negocio con éxito. Esto incluye habilidades de liderazgo, gestión financiera, marketing y ventas, entre otras.

5. *Conocimiento del mercado*: Los emprendedores necesitan tener un conocimiento profundo del mercado en el que operan. Esto incluye entender las tendencias del mercado, conocer a los competidores y comprender las necesidades y deseos de los clientes.

6. *Redes y relaciones*: Las redes y relaciones pueden ser un factor importante para la creación de negocios. Los emprendedores necesitan establecer relaciones con otros empresarios, proveedores, clientes y otros actores relevantes en el mercado.

7. *Tecnología*: La tecnología puede ser un factor importante para la creación de negocios en la era digital. Los emprendedores necesitan tener un conocimiento sólido de las tecnologías relevantes para su negocio y estar dispuestos a adaptarse a los cambios tecnológicos en el mercado.

2.3.1 *Factores que obstaculizan el emprendimiento migrante.*

Estos son solo algunos de los factores que inciden en la creación de negocios. Otros factores importantes incluyen la cultura empresarial, la regulación gubernamental y el entorno económico. La creación de negocios exitosos es un proceso complejo que requiere una combinación de habilidades y recursos. En este sentido, existen varios factores del entorno que pueden obstaculizar el emprendimiento y la creación de nuevos negocios. A continuación, se describen algunos de estos factores:

1. *Barreras regulatorias*: La regulación gubernamental puede crear barreras para el emprendimiento, como permisos, trámites burocráticos, impuestos y regulaciones laborales y ambientales, que pueden ser costosos y difíciles de cumplir para los emprendedores.

2. *Falta de acceso a financiamiento*: El acceso a financiamiento es crucial para el emprendimiento, y la falta de acceso a préstamos o inversiones puede ser un

obstáculo importante para los emprendedores, especialmente para aquellos que no tienen un historial crediticio establecido o garantías para obtener un préstamo.

3. *Competencia*: La competencia en el mercado puede ser un obstáculo para los emprendedores, especialmente si están tratando de ingresar en un mercado saturado o dominado por grandes empresas establecidas.

4. *Falta de habilidades empresariales*: La falta de habilidades empresariales puede ser un obstáculo para los emprendedores, especialmente aquellos que son nuevos en el mundo empresarial o que no tienen experiencia en la administración de un negocio.

5. *Problemas económicos*: Las condiciones económicas pueden obstaculizar el emprendimiento, como la recesión económica, la inflación, la fluctuación de las tasas de cambio y las crisis económicas.

6. *Infraestructura limitada*: La falta de infraestructura, como carreteras, transporte público, electricidad y agua potable, puede limitar el crecimiento de los negocios, especialmente en áreas rurales o menos desarrolladas.

7. *Limitaciones culturales*: Las limitaciones culturales, como los estereotipos, la discriminación y las barreras lingüísticas, pueden obstaculizar el emprendimiento para grupos minoritarios o inmigrantes.

Los anteriores son solo algunos ejemplos de factores del entorno que pueden obstaculizar el emprendimiento. Es importante que los gobiernos y otras organizaciones trabajen para eliminar estas barreras y crear un entorno favorable para el emprendimiento y la creación de negocios.

2.3.2. Experiencia Laboral como factor determinante en los emprendimientos migrantes

Tal cómo se menciona en el punto anterior, los factores tanto de creación u obstaculicen de emprendimientos son fundamentales al momento de la decisión del emprendedor, pero tenemos un factor que es crucial en la incubación de negocios, este es la experiencia laboral, el cual puede ser un factor importante para el éxito en el emprendimiento, ya que puede proporcionar habilidades, conocimientos y una comprensión más profunda del mercado en el que se está trabajando. A continuación, se describen algunas formas en las que la experiencia laboral puede influir en el emprendimiento:

1. *Habilidades*: La experiencia laboral puede proporcionar habilidades valiosas, como la gestión de proyectos, la comunicación efectiva, la resolución de problemas y la toma de decisiones. Estas habilidades pueden ser útiles para los emprendedores al iniciar y administrar su propio negocio.

2. *Conocimientos del mercado*: La experiencia laboral puede proporcionar una comprensión más profunda del mercado en el que se está trabajando. Los emprendedores que han trabajado en una industria durante varios años pueden tener una idea clara de las necesidades y deseos de los consumidores, así como de las tendencias y oportunidades del mercado.

3. *Redes de contactos*: La experiencia laboral también puede ayudar a establecer redes de contactos y relaciones comerciales. Los contactos establecidos

durante la experiencia laboral pueden ser útiles para los emprendedores al buscar financiamiento, establecer proveedores y colaboradores, y crear una base de clientes.

4. *Financiamiento*: Los emprendedores con experiencia laboral pueden ser vistos como menos arriesgados por los prestamistas o inversores, lo que puede aumentar las posibilidades de obtener financiamiento para iniciar o expandir un negocio.

5. *Experiencia empresarial*: El haber tenido una actividad administrativa ya sea gestionando un negocio o un emprendimiento previo, fortalece la visión empresarial y la percepción del migrante como un empresario activo y productivo, lo que abona en confianza y motivación.

2.3.3. *Capital humano como factor de influencia para la cultura del migrante emprendedor.*

Cómo se mencionó, la experiencia laboral puede influir en el emprendimiento al proporcionar habilidades, conocimientos del mercado, redes de contactos, acceso a financiamiento y motivación para iniciar un negocio. En este sentido la teoría del capital humano es una teoría económica que sostiene que la educación, la formación y la experiencia laboral son inversiones en el capital humano de un individuo, y que estas inversiones generan un retorno económico en términos de mayores ingresos y productividad en el futuro. Según la teoría del capital humano, la educación y la formación mejoran las habilidades y conocimientos de un individuo, lo que le permite ser más productivo en el mercado laboral y, por lo tanto, ganar más dinero. Además, la teoría del capital humano sostiene que la inversión en educación y formación no solo

beneficia al individuo, sino también a la sociedad en su conjunto, ya que aumenta la productividad y el crecimiento económico.

La teoría del capital humano también enfatiza la importancia del aprendizaje a lo largo de toda la vida, ya que la tecnología y las necesidades del mercado laboral cambian constantemente, y las habilidades y conocimientos deben actualizarse y mejorarse continuamente para mantenerse competitivo en el mercado laboral. La teoría del capital humano sostiene que la educación, la formación y la experiencia laboral son inversiones en el capital humano de un individuo, que generan un retorno económico en términos de mayores ingresos y productividad. La teoría enfatiza la importancia del aprendizaje a lo largo de toda la vida para mantenerse competitivo en el mercado laboral.

El capital humano es un factor clave para el éxito en el emprendimiento. Este se refiere a las habilidades, conocimientos y experiencia que los individuos aportan a un negocio o proyecto. A continuación, se describen algunas formas en las que el capital humano es importante al momento de emprender:

1. *Habilidades*: El capital humano puede proporcionar habilidades valiosas para el emprendimiento, como la capacidad de gestión, la comunicación efectiva, la resolución de problemas y la toma de decisiones.

2. *Conocimientos*: El capital humano también puede aportar conocimientos especializados en áreas como marketing, finanzas, tecnología, recursos humanos, entre otras. Estos conocimientos pueden ser críticos para el éxito en la creación y gestión de un negocio.

3. *Experiencia:* La experiencia previa en un sector o en la creación de un negocio puede ser valiosa para el emprendimiento. Los emprendedores con experiencia pueden estar mejor equipados para identificar oportunidades de negocio, tomar decisiones y administrar recursos de manera efectiva.

4. *Innovación:* El capital humano puede impulsar la innovación al aportar nuevas ideas, enfoques y perspectivas para abordar los desafíos y oportunidades en el mercado.

5. *Motivación personal:* La motivación es un factor crítico en el emprendimiento, y el capital humano puede ser un importante motivador para los emprendedores al aportar una fuerte motivación y pasión por el éxito del negocio.

En este sentido, el capital humano es esencial para el éxito en el emprendimiento al aportar habilidades, conocimientos, experiencia, innovación y motivación. Los emprendedores deben prestar atención al capital humano al momento de formar y gestionar su equipo de trabajo y buscar formas de mejorar y desarrollar sus propias habilidades y conocimientos para maximizar las oportunidades de éxito.

2.3.4 Redes sociales como factor de empuje para el emprendimiento migrante

La teoría de redes sociales es una teoría sociológica que estudia cómo las personas se relacionan entre sí a través de una red de relaciones sociales, y cómo estas relaciones influyen en su comportamiento y decisiones. Según la teoría de redes sociales, las personas no existen de manera aislada, sino que se encuentran inmersas en una red de relaciones sociales que influyen en su vida social, económica y política. Esta red

puede incluir amigos, familiares, colegas, vecinos y otras personas con las que se relaciona.

La teoría de redes sociales destaca la importancia de la estructura y la dinámica de la red de relaciones sociales en la que se encuentra una persona, y cómo esta estructura y dinámica influyen en su acceso a recursos, información y oportunidades. Por ejemplo, una persona que se encuentra en una red social bien conectada puede tener un mayor acceso a recursos y oportunidades que una persona en una red social menos conectada. La teoría de redes sociales también enfatiza la importancia de la diversidad de las relaciones sociales de una persona, ya que esto puede aumentar su acceso a información y recursos diversos, y mejorar su capacidad para enfrentar desafíos y tomar decisiones.

En este sentido las redes sociales pueden ser un factor clave en el éxito del emprendimiento en la actualidad. A continuación, se describen algunas formas en las que las redes sociales son importantes al momento de emprender:

1. *Promoción del negocio*: Las redes sociales ofrecen una plataforma de alcance masivo y gratuita para promocionar y dar a conocer un negocio. Las publicaciones en redes sociales pueden llegar a un gran número de personas en poco tiempo, lo que puede ayudar a construir la marca y atraer clientes.

2. *Interacción con los clientes*: Las redes sociales también permiten una interacción directa con los clientes, lo que puede mejorar la relación y fidelidad con ellos. Las empresas pueden responder preguntas, resolver problemas y proporcionar

información valiosa a través de las redes sociales, lo que puede ayudar a construir una base de clientes leales.

3. *Investigación de mercado:* Las redes sociales pueden proporcionar información valiosa sobre el mercado y los clientes potenciales. Los emprendedores pueden utilizar las redes sociales para realizar investigaciones de mercado y encuestas, para conocer las necesidades y preferencias de los clientes y para identificar tendencias del mercado.

4. *Identificación de oportunidades:* Las redes sociales pueden ser una fuente de inspiración y motivación para los emprendedores al permitirles identificar oportunidades de negocio y colaboraciones a través de la observación de las tendencias y discusiones en las redes sociales.

5. *Relación con proveedores y clientes:* Las redes sociales también pueden proporcionar una plataforma para conectarse con otros emprendedores, colaboradores y mentores en el mismo campo o en campos relacionados. Esto puede ser valioso para obtener apoyo, asesoramiento y nuevas oportunidades de negocio.

Como se puede observar, las redes sociales son importantes al momento de emprender al permitir la promoción del negocio, la interacción con los clientes, la investigación de mercado, la identificación de oportunidades y el networking. Los emprendedores deben prestar atención a las redes sociales y considerar su uso como parte de su estrategia de negocio.

A continuación, se describen algunas formas en las que las redes sociales pueden ayudar a los migrantes a emprender, a saber:

1. *Acceso a recursos y apoyo:* Las redes sociales pueden proporcionar acceso a recursos y apoyo para los migrantes emprendedores. Por ejemplo, pueden conectarse con grupos de emprendedores migrantes, organizaciones sin fines de lucro que brindan apoyo a los migrantes, mentores y otros recursos útiles.

2. *Promoción del negocio:* Las redes sociales pueden ser una plataforma poderosa y accesible para promocionar un negocio, ya sea que se dirija a una audiencia local o internacional.

3. *Canales de comunicación empresarial:* Las redes sociales permiten a los migrantes emprendedores conectarse con otros emprendedores, inversores y colaboradores en su campo, lo que puede ser valioso para obtener apoyo y asesoramiento.

4. *Investigación de mercado:* Las redes sociales pueden ser una fuente valiosa de información sobre el mercado y los clientes potenciales, lo que puede ayudar a los migrantes emprendedores a tomar decisiones informadas sobre su negocio.

5. *Flexibilidad y accesibilidad:* Las redes sociales son una herramienta flexible y accesible que puede ser utilizada desde cualquier lugar con conexión a internet. Esto puede ser especialmente beneficioso para los migrantes que pueden estar en tránsito o en un lugar nuevo donde no tienen una red de apoyo establecida.

Sí, las redes sociales pueden ser de gran ayuda para los migrantes que quieren emprender. Las redes sociales ofrecen un alcance global y permiten la conexión con personas y recursos de todo el mundo, lo que puede ser especialmente beneficioso para los migrantes que pueden estar alejados de su red de apoyo y de recursos en su lugar de origen. En resumen, las redes sociales pueden ser de gran ayuda para los

migrantes emprendedores al proporcionar acceso a recursos y apoyo, promoción del negocio, networking, investigación de mercado y flexibilidad y accesibilidad. Por consiguiente, tanto el capital humano como las redes son factores que influyen en la consolidación de emprendimientos migrantes.

2.4 El capital humano y su importancia dentro de los procesos de decisión para emprender.

Según Flores-Novelo (2019), “la mayoría de los estudios sobre emprendimiento se han realizado en países desarrollados, lo que ha limitado su comprensión en otros contextos”. En estos contextos, una de las áreas de enfoque tradicionales en la investigación sobre emprendimiento es el estudio de características o rasgos distintivos de los individuos emprendedores en comparación con aquellos que no lo son. Acs y Audretsch (2005:8) mencionan que “la posesión de ciertos atributos y características personales predispone a un comportamiento emprendedor.” Algunos autores como Castel (2010), han definido al capital humano como el factor productivo de los individuos en ciertos procesos o actividades a la vez de su capacidad para llevar a cabo decisiones. Por otra parte, Coronel (2010) define el mismo como la convergencia de valores, habilidades y conocimientos adquiridos a través del tiempo por un individuo, no precisamente profesionales sino también empíricos. En este sentido, el término también puede ser utilizado para suponer indicadores sociales, económicos, culturales y hasta naturales.

En la actualidad el concepto de capital humano va de la mano del sentido de cualificación que tiene un individuo para llevar a cabo una actividad laboral. En la

migración y emprendimiento, el capital humano juega un papel fundamental debido a las características previas con las que cuenta un inmigrante al llegar a otro lugar, son éstas (educación, experiencia, habilidades, entre otras) las que le pueden cerrar o abrir posibilidades al momento de enfrentarse a trabajar o participar dentro de una actividad. Lo mismo sucede con la parte del emprendimiento dentro del capital humano, estas habilidades previas le brindan al migrante junto con la participación de la red un sentido de confianza (García, 2017).

Según Bridges et al. (2003), las características más comunes asociadas a los emprendedores incluyen la orientación al logro, el deseo de control, la independencia, la capacidad de toma de decisiones, la propensión al riesgo, el espíritu optimista, la iniciativa, la perseverancia, la confianza en sí mismo, la capacidad de organización y planificación, la resistencia emocional y física, la capacidad de liderazgo, la necesidad de capacitación y formación, y la competitividad (Flores-Novelo, 2019).

Aunque el enfoque de rasgos ha sido ampliamente utilizado en la investigación sobre emprendedores, Herbert y Link (1989) señalan que su validez es ampliamente cuestionada. No hay evidencia clara que establezca qué atributos son característicos del emprendedor, y no todas las personas emprendedoras poseen los atributos propuestos por esta teoría, como indican Bridges et al. (2003) (Flores-Novelo, 2019).

Weber (2001), al abordar el fenómeno emprendedor, reconoce su complejidad y no atribuye el emprendimiento únicamente a las características personales de los individuos. Aunque Weber reconoce la existencia de rasgos especiales en los emprendedores, no limita el fenómeno a estos rasgos, sino que considera otros

aspectos que lo hacen más complejo, según indica Flores-Novelo (2019) citando a Swedberg (2000).

Según Flores-Novelo (2019), el enfoque cognitivo es otra perspectiva para describir el proceso emprendedor. Este enfoque considera que las características personales y el contexto son importantes, pero enfatiza en el proceso de toma de decisiones a través del cual las personas eligen emprender. Se dice que estas decisiones se toman con base a una realidad percibida, a diferencia del enfoque de rasgos, enfoque que las coloca en una realidad específica (Bridges et al., 2003). En este sentido Flores-Novelo (2019) “los motivos del individuo para emprender influyen en las decisiones que toma para llevarlo a cabo”.

Shane (2009) señala que: “las altas tasas de creación de empresas se explican por la baja empleabilidad, lo que da lugar a la creación de empresas con bajo valor agregado como una forma de subempleo, denominado emprendimiento por necesidad”. En este sentido, los emprendimientos por oportunidad son asociados con individuos que identifican una oportunidad en el mercado, centrándose más por la innovación y el desarrollo económico (Valencia et al., 2014).

En contraste, Flores-Novelo (2019) menciona que existen emprendedores que empiezan una actividad que las satisface personalmente, incluso sin una remuneración económica. Lo anterior ha sido poco estudiado, a pesar de que puede existir una motivación económica por necesidad. Muchas veces, la motivación va de la mano de poder llevar a cabo una actividad que no pudo realizarse en el lugar de origen, pero que es posible realizar en el lugar de acogida o destino utilizando los recursos disponibles.

En este sentido, el capital humano con el que cuenta el migrante lo ayuda a enfrentar situaciones de vulnerabilidad al contar con habilidades que le sirvan para desempeñarse en un campo conocido, creando con ello herramientas para su integración. De igual forma, dentro de la sociedad receptora ese capital humano toma otro valor por la oferta distinta y las características culturales. Así, dentro de los elementos que podrían destacarse dentro del capital humano del migrante, se encuentra el idioma, las costumbres, la educación con la que cuente, los conocimientos técnicos y oficios previos.

Para el individuo que decide emprender, estos elementos son cruciales para darle un valor agregado a la propuesta de producto o servicio que esté ofertando. Este matiz distinto, pero a la vez confiable por la experiencia y habilidad previa, perfila al migrante a mejorar su presentación social dentro de una red migrante, lo que hace que los negocios recién incubados sean bien aceptados y logren sobrevivir el tiempo suficiente para desarrollarse en negocios consolidados, que logren tener una buena reputación dentro de la representación cultural de un grupo migrante.

Ferreto et al. (2018) indican “que diversas definiciones establecen que la formación, que incluye conocimientos y habilidades, es el resultado de inversiones en capital humano como la educación continua y la experiencia laboral”. La educación, experiencia, conocimiento y habilidades son considerados recursos críticos para el éxito emprendedor. Además, en la literatura se menciona el concepto de espíritu emprendedor, donde las personas emprendedoras cuentan con atributos en los que se pueden señalar la disposición para tomar riesgos calculados, la propensión a la innovación y la determinación de lograr el éxito (Demick y Scharf, 2004).

De acuerdo con Ferreto et al. (2018), citado por Debrulle (2013), “la educación formal proviene del capital humano general y la experiencia en la gestión contribuye a la adquisición de inteligencia y habilidades generales. Esto ayuda a desarrollar el razonamiento cognitivo y el procesamiento de información, así como las habilidades para resolver problemas. Además, la educación formal promueve “la motivación para el logro, aumenta el compromiso y el esfuerzo dedicado a la búsqueda.” En consecuencia, se prevé que las personas con niveles más altos de educación formal cuenten con una mayor apertura a nuevas ideas y al cambio” (p. 45).

Lo anterior ayuda a los emprendedores a tener mejores competencias debido al capital humano asociado a un mayor nivel académico, que sirve como insumo para lograr realizar de mejor manera un emprendimiento.

2.5 La importancia de las Redes Sociales para la integración del migrante en el contexto fronterizo mexicalense

En regiones con flujos migratorios dinámicos y redes interpersonales establecidas, los frenos a los incentivos de emigrar pueden desaparecer. Estas redes, consideradas como recursos intangibles dentro de la teoría del capital social, contribuyen al aumento de los movimientos migratorios a lo largo del tiempo. Las redes interpersonales proporcionan información a los nuevos emigrantes sobre “oportunidades de empleo, alojamiento, comida, ayuda económica y cómo cruzar la frontera de manera segura”. (Aldape y Ramírez, 2023). Estos autores señalan que:

En el caso de regiones o zonas en donde los flujos migratorios han sido dinámicos, durante mucho tiempo y la existencia de redes interpersonales tienen una larga historia, estos frenos a los incentivos de emigrar pueden desaparecer gracias a la existencia de dichas redes, en donde la existencia de las mismas ha sido estudiada desde el punto de vista de la teoría del capital social, vistas como recursos intangibles que contribuyen a incrementar los movimientos migratorios a lo largo del tiempo, en donde estos recursos intangibles se componen de la información que los parientes y amigos aportan a los nuevos emigrantes acerca de las oportunidades de empleo, alojamiento, comida, ayuda económica, información de cómo cruzar la frontera de una manera segura. (Aldape y Ramírez, 2023).

Según Arango (2000), estas redes se refieren a un conjunto de relaciones interpersonales que conectan a las personas que dejan sus países de origen con sus parientes, amigos o compatriotas que se quedan en estos lugares. Estos contactos se encargan de transmitir información, proporcionar ayuda económica y alojamiento, y brindar apoyo de diversas formas a los emigrantes (Aldape y Ramírez, 2023).

Las redes interpersonales en la migración generan un efecto multiplicador al reducir los costos y la incertidumbre asociados con la migración. Esto se debe a la existencia de contactos en el país de destino que brindan apoyo y a la disponibilidad de información completa para los migrantes potenciales (Aldape y Ramírez, 2023). Los agrupamientos de los migrantes no se producen al azar, generalmente los individuos tienden a concentrarse en zonas homogéneas dentro de la geografía del país receptor,

es dentro de dichos grupos donde se producen los procesos de intercambio, aunque en principio los migrantes pioneros eligen la zona de destino al azar. Después de varias oleadas los emigrantes posteriores lo harán basándose en la existencia del capital derivado de redes interpersonales en posesión de una información más completa.

Las hipótesis tradicionales sobre migración se consideran incompletas cuando se basan únicamente en variables económicas para explicar un fenómeno tan complejo como la migración. Además de los determinantes de la migración relacionadas con las variables económicas, estas teorías ignoran a la migración como una conducta imitada fomentada no sólo por la expansión de redes migratorias sino también por el flujo de remesas que contribuyen a crear una cultura de migración. Estas redes en el contexto del emprendimiento son muy necesarias para la consolidación de los negocios que van comenzando, muchas veces estos se colocan dentro de zonas donde existe una presencia del migrante lo que hace que estos se conviertan en centro de socialización al compartir aspectos familiares, sociales y culturales.

Según los autores, la teoría de representaciones sociales busca explicar cómo se construye el pensamiento social a través de conocimientos y prácticas que son socialmente aceptados y funcionales en la vida cotidiana. Estos conocimientos compartidos en grupos tienen un carácter comunicativo y presentan un sesgo individual. (Aldape y Ramírez, 2023).

Según Fuentes y Sánchez (2010), una vez que la información está disponible, los grupos se encargan de difundirla, lo que contribuye a legitimar las decisiones. Para Aldape y Ramírez (2023), las representaciones sociales en el contexto migratorio de las redes son fundamentales, ya que el conocimiento empírico de los migrantes pioneros

en la sociedad de acogida otorga validez a la información compartida. Estos grupos comparten experiencias y caminos para realizar diversas actividades, lo que crea un sentido destacado en el ámbito laboral, emprendimiento y otras acciones. Existe una red de seguridad que indica cuáles actividades ofrecen una mejor remuneración, lo que genera certeza y motiva a los grupos migrantes a emprender estas actividades con el menor riesgo posible de fracaso. (Aldape y Ramírez, 2023).

No se debe de pasar por alto que, dentro de este análisis es importante el considerar cuales de estas características dentro de la representación, pueden ser observables y medibles y que jueguen un papel importante dentro de lo que son las creencias, cultura y convivencia de los grupos, por lo que no se pueden considerar acciones individuales como parte de las representaciones, a menos que están hayan sido replicadas por distintos miembros de un mismo grupo (Gargallo, 2010).

Aldape y Ramírez (2023) sugieren que: “en el contexto de la migración y el emprendimiento, las representaciones sociales pueden estar enfocadas en la creación de negocios o en participar en actividades previamente seleccionadas por la red migrante.” Esto se debe a que, inicialmente, emprender puede ser difícil para un migrante debido a los altos costos de traslado y a la falta de conocimientos al llegar a una nueva sociedad de acogida. Sin embargo, según los autores, sí existe una red consolidada de migrantes, lo que facilita el acceso a diferentes apoyos como préstamos, créditos, financiamientos y otros tipos de apoyo económico por parte de amigos, instituciones o individuos, lo que brinda un alivio al momento de tomar la decisión de iniciar un negocio. En este caso, la decisión de emprender ya no se basa únicamente en el peso del conocimiento previo, sino en la certeza generada por las

conexiones de la red y el éxito experimentado por otros migrantes, lo que impulsa a emprender un negocio (Vargas y Mota, 2013).

Aldape y Ramírez (2023) destacan que tanto la migración como el emprendimiento son procesos que dependen de la voluntad de los individuos, pero también resaltan la importancia de la información proporcionada por las experiencias de otros migrantes dentro de una red de cooperación. Asimismo, señalan que la participación de agentes externos, como los programas gubernamentales, también desempeña un papel crucial al proporcionar información sobre las características del entorno. En el caso de los migrantes emprendedores o comerciantes que deciden abrir un negocio en la sociedad de acogida, estos programas gubernamentales brindan un respaldo institucional que ayuda a consolidar sus esfuerzos a mediano o largo plazo. En resumen, aunque la migración y el emprendimiento pueden ser decisiones a corto plazo, dentro de la representación social son el primer paso para construir una nueva vida para los migrantes (Aldape y Ramírez, 2023).

CAPÍTULO 3

Construcción del perfil del migrante emprendedor en Mexicali

3.1 Experiencias de los emprendimientos extranjeros en Mexicali

Un emprendedor se puede definir como: *aquella persona que está atenta a las posibilidades del mercado para explorar y explotar una oportunidad; es una persona con la capacidad para enfrentar riesgos, tolerar la incertidumbre y llevar a cabo sus proyectos a pesar de los obstáculos* (Quiroga y Mercedes, 2014:4). Sin embargo, para ser emprendedor, se requieren de ciertos factores del entorno, el cual juega un papel fundamental en el emprendimiento.

Los emprendedores tienden a aprovechar su entorno para poder llevar a cabo un aprovechamiento de los mercados, en este sentido, tenemos que establecer que el migrante emprendedor cumple con esta circunstancia, por lo que parte del desarrollo de su negocio tendrá gran relación con el giro y el mercado al cual vaya incursionar. Así, los emprendedores pueden verse influenciados por distintas características del entorno que los rodea, dicho esto podemos encontrar en el análisis de la incubación de negocios dos tipos de emprendedores: *emprendedor tradicional* y *emprendedor innovador*.

a). El emprendedor tradicional. Cuenta con un modelo de negocio similar a otros dentro de la misma actividad económica, actividades se encuentran determinadas por la experticia del dueño en el oficio o giro del negocio (Quiroga y Mercedes, 2014). Estos negocios funcionan en locales usualmente abiertos al público, siendo el local y la ubicación factores claves en su posicionamiento (BID,2017).

En este orden, Quiroga y Mercedes (2014) señala que los emprendedores deben contar con las siguientes características diferenciadoras:

- 1). Productos o servicios que se diferencian poco en el mercado
- 2). Usualmente se ubican en sectores con pocas barreras de entrada
- 3). La visión de crecimiento se limita al territorio donde se ubican
- 4). Generalmente emplean mano de obra con baja formación
- 5). Procesos internos poco sistematizados
- 6). Baja digitalización de las empresas
- 7). Se encuentran ubicados en los escalafones más bajos de la formalidad
- 8). Limitado acceso a fuentes de financiamiento tradicionales
- 9). En promedio generan 2 empleos
- 10). Ventas promedio con poco margen de ganancias

b). El emprendedor innovador. Quiroga y Mercedes (2014) señala que el emprendedor innovador tiene como cualidad que cuenta con un modelo de negocio con potencial de convertirse en una mediana empresa en poco tiempo, tienen tasas de

crecimiento por encima del promedio, manifestando que los mismos contienen las siguientes características:

1. Cambia la forma de hacer los negocios (Transforma Reglas de la Industria) anticipándose al futuro (tendencias).
2. Intensivo en conocimiento con propuestas de valor. Propuestas diferenciadas o innovadoras.
3. Modelo de negocio replicable, orientado a mercados globales.
4. Equipo de emprendedores con experiencia laboral-empresarial previa o formación
5. universitaria.
6. Generalmente están formalizadas
7. Generan más de 10 empleos promedio

Por lo anterior se tienen dos grandes categorías donde los emprendedores migrantes extranjeros pueden generar emprendimientos tradicionales o innovadores, los cuales se ajustan dentro de la dinámica socio-laboral de la ciudad de Mexicali.

Cabe mencionar que parte de la decisión de emprender en la localidad de Mexicali, se ve influenciada por lo poco atractivo del sector laboral local para el extranjero, siendo las empresas maquiladoras parte de la oferta laboral, las cuales tienen salarios poco remunerados y horarios que resultan desfavorecedores para muchos de los migrantes extranjeros. Lo que resulta en un aliciente para emprender.

Para los emprendedores de la entidad, el contexto fronterizo juega un papel importante para llevar a cabo estos procesos de penetración de mercado, la mayoría de los emprendimientos tienen un acercamiento con el sector servicios lo que hace que estos negocios tengan una entrada, tanto para el emprendedor tradicional como para el emprendedor innovador.

Por lo anterior, hablar de emprendimientos de migrantes va más allá de pensar en que estos pudieran tener dos caminos para establecer sus negocios; optar por iniciar una actividad informal que le reditúe en obtener un ingreso, sin ninguna restricción fiscal, o por otro lado, un emprendedor que tiene el capital o que aprovecha del mercado de la frontera para emprender en un ambiente de negocios flexible dependiendo del giro empresarial.

Cabe resaltar que gran parte de los migrantes por su situación irregular, como señala Lizárraga (2021) se concentran sobre todo en la economía informal donde los ingresos son inestables, no tienen prestaciones, pueden sufrir abusos por parte de empleadores, pero es mucho más fácil acceder para los migrantes sin documentos y con baja escolaridad, con respecto a los mercados laborales formales. Como se mencionó, son aquellos migrantes que tienen una regularidad en su estado migratorio los cuales pueden establecer un emprendimiento formal y gozar con mayor estabilidad económica. Otro factor que juega en el contexto previo al emprendimiento de extranjeros recae en las experiencias previas de otros migrantes los cuales, comparten los distintos casos de éxito o actividades previas realizadas y en muchos casos invitan a colaborar en estas actividades como la venta ambulante u otros oficios y negocios, lo que es atractivo por la facilidad y falta de opciones al llegar (Aldape y Ramírez, 2023).

3.2 Desarrollo de negocios en Mexicali por parte de extranjeros

Entender cómo se desarrollan los negocios nos lleva a comprender que es un proceso escalonado, que irá de la mano tanto de los recursos financieros, como administrativos del emprendedor. En el caso de los emprendedores migrantes hemos visto cómo debe considerarse el proceso tradicional para abrir un negocio, siendo este el mecanismo menos complejo al momento de iniciar el proceso de incubación de negocios.

En este aspecto debemos de comprender que el entorno juega fundamentalmente en la inserción laboral del extranjero, en comunidades fronterizas vemos una constante dentro de los negocios realizados por emprendedores locales en este sentido, los emprendimientos abiertos son del sector terciario, siendo servicios básicos los seleccionados por los emprendedores, debido a la facilidad de iniciar en estos negocios. La complejidad es menor debido a que los productos o servicios tienden a ser básicos y la cantidad de recursos destinados a la elaboración o la prestación son muy fáciles de realizar.

Por esto, vemos en primera instancia en los negocios de extranjeros un producto que se basa en muchas ocasiones en la venta de algo común y que tiene una aceptación adecuada por parte de la sociedad que ve en estos productos algo común, pero que por ser ofrecido por un extranjero se genera una percepción de valor por la nacionalidad. Pero cuando se ven servicios o productos con un valor distinto que el producto común, empieza una recepción distinta por parte de los clientes lo que origina una preferencia de compra basada en la novedad del producto. Estos servicios

brindados por los extranjeros tienden a ingresar en el sector restaurantero por el valor agregado que tienen los productos al ser considerados como exóticos.

Otro factor es que estos negocios tienden a ser creados para ofrecer comida o servicios que no se ofrecen en la sociedad de acogida a un grupo específico de clientes, lo que hace que estos productos y servicios se vuelvan de primera necesidad para los migrantes extranjeros y tienden a ser puntos de reunión para ellos.

Otro punto por destacar es que aunque muchos de estos emprendedores extranjeros cuenten con un nivel alto de educación o productos que pudieran resultar innovadores para el cliente común, respecto a la estructura del mercado no cuentan con una mejora que pueda desembocar en un producto de alto impacto, además de que la mayoría de estos negocios no pueden crecer por falta de un plan de negocio o por lo limitado que es su servicio. Por lo tanto, hay una propensión por parte del emprendedor migrante de ser parte del perfil emprendedor tradicional.

En Mexicali se ha visto cómo los extranjeros han llevado a cabo emprendimientos tradicionales más que por una falta de innovación, por una facilidad para insertarse laboralmente en un sector que por las características de frontera históricamente ha sido favorable en comercio. En este sentido, derivado de la situación geográfica de la ciudad, por ser frontera con Estados Unidos y la diversidad de mercancías y flujo de clientes entre ambas partes de la misma, hace atractivo para el migrante extranjero entrar en esa dinámica de servicios y no explorar un proceso de emprendimiento más desarrollado, por capital, por recursos y porque no le brindaría un retorno de capital como en el caso del sector servicios.

3.3 Perfil Idóneo del migrante emprendedor: características creadoras de valor en los emprendimientos migrantes.

Hablar de un perfil idóneo en un emprendedor resulta complejo, debido a la cantidad de características que este puede tener. En el presente apartado describiremos a fondo los distintos elementos y características con las que debe contar el emprendedor en su modalidad de empresario extranjero de MIPyME. Antes de avanzar, debemos destacar que, como lo señala Waldinger (2010) el desarrollo de la actividad emprendedora de los migrantes ha llamado mucho la atención, así como su influencia en el desarrollo de la economía étnica y el desarrollo económico regional (Zhikun, 2018).

Durante los últimos 15 años, los migrantes extranjeros han sido considerados un colectivo cada día más importante en Mexicali, como se mencionó en el capítulo primero con la comunidad china de Mexicali, tanto desde un punto de vista económico, como sociológico y político estos grupos cada vez son más notorios. De este modo, surge un interés en ver qué elementos dentro de estos emprendimientos siguen una ruta en específico para su éxito como negocio. Al respecto, el elemento básico en el emprendimiento empieza desde el plan de negocios como lo señalan Longenecker *et al.* (2007), quienes lo definen como:

“Un documento escrito que establece la idea básica que subyace en un negocio y determina también los aspectos o consideraciones que tienen que ver con su inicio, en donde, para los negocios nuevos, un plan de negocios posee 4 objetivos básicos:

- a). Identificar la naturaleza y contexto que representa una oportunidad de negocios.
- b). Presentar el enfoque que se pretende tomar para desarrollar la oportunidad.
- c). Identificar los factores que más probabilidades tengan para determinar si se tendrá éxito y,
- d). Servir como herramienta para captar recursos para el financiamiento.” [Bianchi, 2019:8].

En este sentido, Dzib y López (2010) citando a Rodríguez (2001) señalan que el mismo engloba el plan de negocios en lo que él llama “planes de acción” refiriéndose a ellos como una orientación que dirige alguna área funcional de la empresa y del cual se derivan las decisiones, acciones, y procedimientos de la dirección superior, en pocas palabras los planes de acción abarcan el propósito y la directriz, en donde, vistos en forma integral, forman la base para las decisiones de toda la empresa. De esta manera las funciones administrativas de dirección y control se logran por medio de los planes de negocios, cuya finalidad es hacer posible el cumplimiento de los objetivos. (Dzib y López, 2010).

Estos son la expresión concreta del objeto que persigue una empresa, es decir, lo que se propone hacer y lo que se piensa obtener con esta acción, (Rodríguez, 2001 en Dzib y López, 2010). Lambing y Kuehl (1998) definen un plan de negocio como “un documento amplio que ayuda al empresario a analizar el mercado y planear la estrategia del negocio”, si es preparado por una empresa existente sirve para asegurarse de que el crecimiento futuro se maneje adecuadamente; si es para un

negocio nuevo, ayuda a evitar errores muy costosos (Dzib y López, 2010). Sin embargo, el plan también sirve para obtener financiamiento, en este aspecto para el migrante emprendedor debe de existir una idea previa a identificar para lograr aprovechar oportunidades de negocio dentro del mercado de la sociedad de acogida donde este quiere abrir un negocio.

Entendiendo la importancia del plan de negocios como piedra angular, se torna relevante identificar los aspectos más importantes que debe de poseer el perfil emprendedor, lo que entendemos como aquella persona innovadora que tiene ideas, las cuales pone en práctica para después introducirlas en el mercado, o bien creando un mercado con nuevas expectativas, nuevos productos, nuevas metodologías de producción, así mismo forjando un crecimiento económico y generando empleos (Gómez *et al.*, 2018). Así, el perfil emprendedor se fundamenta en todas las habilidades, conocimientos y características que poseen las personas para llevar a cabo cualquier idea, sin tener el temor a emprender y así lograr la realización de sus metas con éxito. Al respecto, Varela (2008), menciona que el perfil emprendedor debe de constar de características, habilidades, conocimientos y actitudes para que se pueda dar el proceso del emprendimiento, que no sólo se obtiene en la formación académica, sino que se necesita de más factores importantes como son: creatividad, innovación, iniciativa, responsabilidad, confianza en sí mismo e independencia para el desarrollo de la misma (Gómez *et al.*, 2018).

De igual manera García (2012) estudia el perfil de los empresarios con las siguientes dimensiones:

- a). Un perfil psicológico del cual se desprenden ciertos rasgos empresariales, tales como compromiso, confianza, superación e inteligencia entre otros.
- b). Un perfil sociológico, en donde se hace referencia a los factores que impulsan la creación y tiene que ver con el entorno donde se encuentra y,
- c). Un perfil demográfico el cual indica el sexo, edad, experiencia, educación y nivel económico, entre otros. [Gómez *et al.*, 2018).

Por otra parte, Bonilla-Ricardo y García-Restrepo (2014) en relación al perfil emprendedor dividen el mismo de la siguiente forma:

1) *personales*: hacen referencia a un conjunto de cualidades que forman el carácter y la personalidad de un emprendedor, tales como autonomía, toma de decisiones, responsabilidad y creatividad. 2) *sociales*: van encaminadas a la búsqueda del bien común, las cuales son liderazgo, trabajo en equipo y solidaridad, 3) *psicológico* que está dado por la influencia de valores culturales y sociales que son necesidad de logro y minimizar el temor al riesgo y 4) *socio-demográfico*, que son los factores demográficos y económicos, entre los que se encuentran el género, edad, escolaridad y estado civil entre otros. [Gómez *et al.*, 2018:19).

En este contexto, la dimensión de habilidades personales es necesaria para tener un buen aprovechamiento de las oportunidades de negocios. En este aspecto es importante contextualizar que muchos de los migrantes que llegan a la ciudad de

Mexicali con la finalidad de emprender, no cuentan con un estudio previo de mercado, por lo que es en cierta medida la intuición o las experiencias previas en emprendimiento las que salen a relucir al momento de buscar emprender un negocio. Lo anterior se torna relevante porque al iniciar una empresa se desglosan múltiples factores, los cuales son necesarios para llevar a cabo la puesta en marcha de la empresa. Estos factores pueden ser limitantes o estimulantes para la misma y así llevar el proceso de creación (Gómez *et al.*, 2018).

Es importante que el emprendedor, aparte de contar con sus competencias académicas, técnicas y prácticas para poder brindar un producto de calidad al cliente, cuente con conocimientos básicos de administración, contabilidad, ventas, en especial en los giros de negocios que son más básicos como el caso del giro comercial y de servicios.

En este sentido, la educación funge un rol principal dentro de los emprendimientos, aunque no necesariamente debe haber una capacitación académica extensa no significa que la educación no beneficie en la planificación e implantación de una idea de negocios, se vuelve entonces un elemento condicionante para el emprendedor contar con conocimientos, aunque sea mínimos del producto o servicio e idea de negocio que quiera consolidar.

En este escenario, para muchos de los migrantes el poder iniciar un negocio supone una oportunidad que se puede llevar a cabo en la sociedad de acogida y que esta no pudo realizarse dentro de su país de origen ya sea por cuestiones económicas, políticas, sociales o culturales. Muchos de los conocimientos previos vienen de esa educación básica, en el conocimiento de administración y emprendimiento, lo que se

convierte en piedra angular para edificar un negocio aprovechando esos conocimientos educativos que tiene.

Por último, hay una importante relación conforme a el nivel educativo y la importancia de esto para llevar a cabo un emprendimiento más formal y profesional que se vea representado en servicios y productos con mayor calidad y desarrollo, que en giros comerciales básicos por el desconocimiento de competencias educativas significativas al abrir un negocio.

Adicionalmente a estas características, también hay otros recursos necesarios para la creación de negocios, como lo es contar con un financiamiento adecuado. Sin un financiamiento, cualquier negocio tiene un obstáculo significativo para iniciar de manera adecuada, estos factores financieros son, como señalan Gómez *et al.* (2018) de los más importantes que debe considerar el emprendedor al crear una empresa. Este factor se puede obtener por cuenta propia o por diferentes fuentes de financiamiento ya que es prioridad para llevar a cabo la creación de empresa.

Gomez *et al.* (2018) mencionan que para Bonfil (2003), la primera fuente de financiamiento se da por préstamos de los familiares o amigos, y estos son otorgados por dos razones: a) esperan contar con un favor del mismo valor cuando lo requieran y b) como una forma de ahorro, ya que cuando lo tiene prestado no lo pueden gastar; la segunda fuente se trata de los propios ahorros, por los ingresos de jubilación y por el finiquito de un despido. Y como tercera fuente se encuentran los préstamos o créditos otorgados por una institución bancaria.

En este sentido muchos de los emprendimientos migrantes se desarrollan mediante las redes sociales de las cuales disponen o son parte los migrantes ya que

las mismas les otorgan liquidez al empezar sus emprendimientos, por eso es de suma importancia como herramienta de desarrollo de las redes migrantes.

Otro aspecto importante, son las ayudas públicas para la creación de empresas las cuales pueden ser de gran apoyo, ya que además de la captación de recursos financieros proporcionan asistencia técnica durante el proceso de la creación de la empresa hasta los primeros meses de la puesta en marcha de esta, sin embargo, aunque muchas dependencias han puesto módulos para el asesoramiento de este y reducido los trámites burocráticos, eso no se traduce en el incremento de la tasa de creación de empresas, dado que también influyen las habilidades y experiencias que tenga el empresario para poder aprovechar los recursos presentados (Gómez *et al.*, 2018).

Los elementos antes mencionados se convierten en un peso muy complicado de superar para el emprendedor sin el acompañamiento de una red de apoyo que los financie o un programa de apoyo al emprendedor, en ambos casos si el emprendedor no puede acceder a estos financiamientos, ya sea porque no pertenecer a una red o debido al desconocimiento de estos programas, puede repercutir en el desarrollo de su negocio significativamente y llevarlo al cierre del mismo.

En este sentido Gómez *et al.* (2018) dividieron en cuatro los factores que condicionan la creación de empresas, a saber:

- 1) Factores condicionantes formales que hacen referencia a todas las facilidades que brindadas por el gobierno para lograr la creación de empresa;

2) Factores económicos referentes a las fuentes de financiamiento que se proporcionan al emprendedor al momento de realizar una actividad emprendedora, la cual suele ser principalmente con recursos propios;

3) Factores motivadores que de acuerdo a los autores revisados sobresalen la experiencia y conocimientos, independencia, realización de ideas, obtención de un patrimonio, poder, logro y satisfacción y finalmente;

4) Factores limitantes presentes en el proceso de creación de empresas, referentes al fracaso, situación financiera, riesgos demasiado elevados, falta de conocimiento y falta de capacitación. [Gómez *et al.*, 2018:6)

Lo anterior nos brinda también el siguiente perfil del migrante emprendedor el cual se compone de cinco elementos básicos:

1. El migrante debe de contar con el interés de iniciar un negocio, aprovechando las oportunidades del entorno y sus ventajas en la visión empresarial como extranjero con respecto a la oferta que puede presentar en servicios o productos.
2. Educación o experiencia emprendedora previa, ya sea en su lugar de origen o en tránsito.
3. Contar con un plan de negocios estructurado con los siguientes mínimos: misión, objetivo, producto o servicio, organización, y financiamiento.
4. Pertenecer a una red social ya sea como parte de los emprendimientos de la propia red o apoyándose en esa red para abrir un emprendimiento.

5. Paciencia, es importante que el migrante emprendedor sea paciente al enfrentarse los primeros obstáculos y limitantes, lo que a la postre con la competencia mencionada podrá sortear y desarrollar su negocio.

El perfil del migrante emprendedor se compone del capital humano e intencionalidad, junto con la motivación para llevar a cabo un negocio como una alternativa de desarrollar competencias previas o aprovechar áreas de oportunidad que encuentra al estar en una nueva sociedad y que con su experiencia y recursos puede afrontar.

CAPITULO 4

Análisis del impacto del emprendimiento como herramienta de integración de extranjeros en Mexicali

4.1 La importancia del emprendimiento como herramienta de integración.

Actualmente el valor del emprendimiento como una herramienta para la inserción laboral para cualquier comunidad migrante se ha vuelto una carta de presentación muy útil para las redes de migrantes, la cual empiezan a ser más comunes entre familiares y amigos para llegar con ideas de negocio junto con una actitud de servicio, hacen que

se tenga una percepción favorable de los migrantes al llegar a una sociedad de acogida como la de Mexicali.

Para Aldape y Ramírez (2023) aprender de la experiencia emprendedora de los extranjeros nos tiene que dejar un testimonio de la importancia de la educación y de dar herramientas pertinentes a los migrantes, brindándoles la posibilidad de expresar mediante su creatividad y esfuerzo todas sus aspiraciones para mejorar sus condiciones de vida sea cual sea el lugar al cual decidan ellos llegar, en este sentido, el emprendimiento y el acceso a esa posibilidad tiene que ser prioridad para las autoridades migratorias como un ejercicio probado que empodera al migrante extranjero en un ambiente hostil y que favorece la imagen que proyecta el mismo, convirtiéndose automáticamente para la perspectiva social en una pieza más del trabajo y de la economía. Dentro de este apartado desarrollaremos el estudio de las dimensiones que integran al emprendimiento migrante, esto mediante el análisis de los datos arrojados por los instrumentos utilizados; las entrevistas y el muestreo teórico intencionado, pudimos observar que existe una relación importante entre las redes sociales y el emprendimiento, no obstante, se observa una prevalencia dentro de los grupos migrantes con respecto a los distintos aspectos que conlleva la integración.

En este sentido, dentro de los hallazgos se observa como el emprendimiento sí influye en la teoría de las representaciones sociales. Al respecto Wagner y Kronberger (2001: 148), señalan que: *"las representaciones sociales son socialmente construidas, culturalmente correctas en su propio sentido, y funcionales en la vida social diaria"*.

Por lo anterior, el hecho de ver emprendimientos tradicionales de los sujetos de estudio, nos lleva a reflexionar cómo estas actividades, mejoran su relación con la

sociedad que los rodea, generando un fenómeno de reciprocidad, de la cual el migrante emprendedor se vale de esto para poder situarse como un ente productivo en la sociedad, disminuyendo la exclusión y rechazo, mientras por otra parte la sociedad abraza al individuo como un miembro activo y parte de las dinámicas sociales. En este sentido, uno de los puntos fuertes a revisar es el de las redes sociales como pieza clave para la creación y decisión de emprendimientos y el capital humano generado por las experiencias previas emprendedoras. Sin embargo, no es el único, se torna importante discutir algunos aspectos de gran relevancia respecto a las dimensiones dentro de la influencia del emprendimiento como herramienta para la integración. Por lo tanto, para poder llevar a cabo la búsqueda de coincidencias se perfilaron a los entrevistados a través de cinco dimensiones, a saber: redes sociales, capital humano, financiamiento, inserción socio-laboral y representaciones sociales de migrantes, en donde, además de buscar influencia en las redes sociales que los apoyaron a emprender y que resultaron en buenas prácticas no solo empresariales o de servicios, y en la incubación de negocios de los mismos y una buena aceptación por parte de la sociedad mexicalense.

Por lo anterior, al replicar nuestro instrumento se pudo observar como la misma red los iba conectando con otros emprendedores los cuales se valían de este fenómeno para poder abrir sus negocios. También se observó como sin la red social, hubiera sido muy difícil para ellos poder emprender en Mexicali, dadas las características de la región, no obstante el hecho de que hubiera una historia previa de migrantes nacionales y extranjeros en una ciudad joven y fronteriza como la estudiada nos ayudó a poder contrastar dichos elementos.

En ese sentido a continuación se analizan cada una de las cinco dimensiones.

4.2 Dimensiones en torno al emprendimiento migrante

Iniciar un emprendimiento en una primera instancia debe de estudiarse desde la óptica de acceso a medios que logren solidificar la idea de negocio, este estudio ha categorizado cinco dimensiones las cuales desarrollaremos en este apartado, la primer dimensión es la de redes sociales, donde se revisará las redes culturales, redes económicas, académicas, institucionales formales y no formales. La segunda dimensión a revisar es la del capital humano, donde la experiencia laboral, oficios, educación, capacitación, idiomas, conocimientos empíricos, certificaciones, grados, etc, abonaran al perfil del migrante emprendedor. La tercera dimensión es la financiera, donde los apoyos económicos, programas públicos para el emprendimiento, apoyos para comerciantes, apoyos productivos y de logística, innovación y planes de negocios, juegan el papel de consolidación para estos nuevos negocios. La cuarta dimensión es la dimensión de inserción laboral en donde se verá la cantidad y tipo de emprendimientos migrantes generados por sector económico, cantidad de empleos ofrecidos por los emprendimientos., redes de apoyo, empleos ofertados y contrataciones para migrantes extranjeros. Finalmente, la quinta dimensión corresponde a las representaciones sociales de migrantes, en donde se revisará como dentro de los emprendedores migrantes tenemos la dimensión de las representaciones sociales de los emprendimientos, donde la representación legal, pertenencia a colectivos, financiamiento educativo, asociaciones civiles, participación en la agenda pública. Este análisis nos permitirá con base en el análisis de nuestros sujetos de

estudio ver cómo estas dimensiones influyen en sus emprendimientos e integración socio-laboral.

a). Dimensión redes sociales. Son recursos intangibles que contribuyen a incrementar los movimientos migratorios a lo largo del tiempo. Se componen de la información que los parientes y amigos aportan a los nuevos emigrantes acerca de las oportunidades de empleo, alojamiento, comida, ayuda económica, información de cómo cruzar la frontera de una manera segura (Arango (2000) en Aldape y Ramírez (2023)).

Uno de los objetivos de esta investigación fue analizar si había una incidencia dentro de los migrantes emprendedores con respecto a las redes sociales en la decisión de emprender en Mexicali. No obstante se tiene que delinear y hacer hincapié en que muchos de los grupos migratorios que han llegado a la localidad en años recientes, han seguido una ruta preestablecida la cual ha generado un camino que vemos en muchos de los migrantes que transitan por México, la popularización de redes sociales de telecomunicación con plataformas como WhatsApp, Facebook, entre otras, ha hecho que la información en estos grupos fluya de forma más ágil y que al momento de que emigran

éstos tengan contacto con distintos miembros de su comunidad o actores relacionados con la migración lo que hace que no haya en muchos de estos casos un acercamiento desde cero. Por otra parte, en comunidades fronterizas se debe resaltar a las dinámicas sociales por lo que el contacto entre la sociedad con los migrantes muchas veces permite otro tipo de diálogos e interacciones como lo señalan distintos entrevistados:

Para Lexinton¹ un emprendedor haitiano, fue gracias a que su local lo consiguió traspasado que vio como una alternativa él empezar su negocio. De igual forma, su primo Roldán² nos menciona que fue mediante el apoyo de amigos, otros haitianos miembros de su comunidad y la familia de su novia que pudo iniciar de lleno con su emprendimiento.

En el caso de Marian³, una emprendedora venezolana fue gracias a que su tía le dio alojamiento al llegar a Mexicali, que ella tuvo la libertad de poder buscar opciones laborales y empezar a tener un ingreso mediante su emprendimiento. Gracias a grupos de redes sociales, ella tuvo contacto con otros connacionales que se encuentran en la ciudad, facilitando la interacción con gente que estaba viviendo o que había vivido su situación. Esa visibilidad la acercó a otros miembros de la sociedad mexicalense que le brindaron apoyo para poder regularizar su situación migratoria y obtener estabilidad sin correr riesgo alguno, situación que la hace sentir muy afortunada.

En el caso de Joseph⁴ al momento de llegar a Mexicali, el acercamiento de asociaciones civiles en particular mexicalenses tales como Club de Leones Mexicali, brindándole de manera altruista apoyo, lo que le permitió abrir el primer restaurante de comida haitiana en Mexicali llamado *Boun Gout*⁵. Él obtuvo ayuda para rentar con un aval hasta insumos como utensilios y una estufa. El mismo Joseph que hubo apoyo de asociaciones civiles y de la propia comunidad haitiana que en primera instancia fueron

¹ Lexinton, haitiano de 40 años emprendedor giro de servicios.

² Roldan, haitiano de 39 años, giro de servicios.

³ Marian, venezolana de 28 años, giro comercio de productos.

⁴ Joseph, haitiano de 42 años, giro restaurantero.

⁵ Boun Gout, primer restaurante haitiano, iniciado en 2017 en la ciudad de Mexicali, tras la primera caravana migrante haitiana, Boun Gout, significa buen gusto.

sus clientes y sirvió este lugar como punto de reunión para el acercamiento de organizaciones, catedráticos y autoridades para acercarse a la comunidad haitiana que empezó a arribar a la región desde el año 2016.

Por otra parte, para Janini⁶, el hecho de ser deportada y no conocer alguien de su nacionalidad (hondureña) le resultó difícil al momento de poder integrarse, pero fue mediante conocidos mexicanos y personas que le fueron brindando apoyo que empezó a estabilizarse, ese mismo grupo de amistades le recomendó realizar un emprendimiento que derivó en *Retro Snacks*, negocio que se dedica al giro restaurantero con botana estilo hondureño. Para ella el apoyo brindado por sus amistades ha sido algo que jamás pensó obtener y que en Estados Unidos y su país no tuvo, considera que esa forma de ser de los mexicalenses o de la gente que le brindó la mano es algo extraordinario y lo ve como algo poco común en otros lugares.

De igual forma Mickey ⁷, joven haitiano a su comentario de llegada a Mexicali, no contaba con el apoyo de nadie ya que ningún familiar lo acompañó y al ser alguien joven, se sintió abrumado por la situación pero, gracias al Restaurante *Boun Gout* y al apoyo de su novia que lo acercó a catedráticos y de una maestra jubilada de nombre Ruth, maestra de primaria que lo cobijó en su propia casa en lo que se establecía por su cuenta, que empezó a presentar su experiencia de vida en distintos lugares, como medios de comunicación que hicieron sus testimonios e historias de vida públicos, que pudo obtener un empleo. Posteriormente, gracias al apoyo de personas de la zona centro que le dieron la oportunidad de trabajar en labores generales en una dulcería,

⁶ Janini, hondureña de 32 años, giro restaurantero.

⁷ Mickey, haitiano 27 años, giró servicios.

fue mediante estos contactos que fue invitado a emprender en el que hoy es su negocio y fuente de ingresos, del cual se siente orgulloso ya que es algo que desde Haití quiso montar.

Para Maria⁸ empezar en Mexicali no fue fácil, llegó entre los meses de junio y agosto en donde la temperatura de la localidad puede llegar hasta cincuenta grados centígrados, por lo que las condiciones de los albergues no eran adecuadas para sobrellevar el clima. Al venir acompañada de su hijos, le hacía ver la situación con poco optimismo. Gracias a la invitación de unas amistades que le brindaron la oportunidad de trabajar, en alguna ocasión por agradecimiento les realizó una comida, que fue muy bien recibida. Este acto procedió a la invitación de empezar a trabajar vendiendo comida típica de su país la cual la ha llevado a consolidar su negocio y sostenerse gracias a él, haciendo hincapié que esto fue gracias a los mexicalenses.

En el caso de Carili⁹ nos comenta que venir a estudiar y conocer a un grupo de connacionales le permitió no solo el poder integrarse sino entablar una relación que a la postre derivaría en un matrimonio. Dentro de sus estudios de posgrado y gracias a que su esposo emprendió un negocio, nos menciona que fue motivada por sus amistades a iniciar un emprendimiento de productos y talleres de tejido, lo cual se ha convertido en su fuente primaria de ingresos.

Tabla 2. Dimensiones del emprendimiento Migrante

Dimensión redes sociales

⁸ Maria, salvadoreña de 42 años, giró servicios.

⁹ Carili, cubana de 35 años, giro de servicios.

-
- 1.- Redes culturales.
 - 2.- Redes económicas.
 - 3.- Red académicas.
 - 4.- Redes institucionales.
 - 5.- Redes formales, no formales.
-

Dimensión capital humano

- 1.-Experiencia laboral.
 - 2.-Oficios.
 - 3.- Educación/Formación.
 - 4.- Capacitación.
 - 5.- Idiomas.
 - 6.- Conocimientos empíricos.
 - 7.- Certificaciones, grados, etc.
-

Dimensión financiera

- 1.- Apoyos financieros.
 - 2.- Programas públicos para emprendimiento.
 - 3.-Apoyos para comerciantes.
 - 4.-Apoyos para procesos productivos y logísticos.
 - 5.-Innovación y plan de negocios generados por migrantes
-

Dimensión inserción laboral

- 1.- Cantidad y tipo de emprendimientos migrantes generados por sector económico.
 - 2.- Cantidad de empleos ofrecidos por los emprendimientos.
 - 3.- Redes de apoyo.
 - 4.- Empleos ofertados y contrataciones para migrantes extranjeros.
-

Dimensión representaciones sociales migrantes

- 1.- Representación legal.
 - 2.- Pertenencia a colectivos.
 - 3.- Financiamiento educativo, asociaciones, cámaras, etc.
 - 4.- Participación en la agenda pública
-

Fuente: Elaboración propia.

En este contexto, es notorio en los casos presentados que el factor relacional familiar y el núcleo de amistades ha permitido a los sujetos de estudio el poder llevar a

cabo un primer acercamiento al emprendimiento, pero en estas situaciones presentadas se observó en el individuo una motivación que se ve desarrollada al tener un grupo de apoyo propositivo que impacta profundamente en el desarrollo de las ideas de negocios, convirtiéndose en los primeros clientes facilitando el proceso de crecimiento de estos.

En otros emprendedores se observó un fenómeno distinto, al llegar ellos con un capital financiero. Estos migrantes se acercaron tanto a connacionales como a grupos de interés de los cuales recibieron la asesoría para poder emprender.

Para Jeremy¹⁰ El proceso de emprender en México fue fácil pues ya contaba con un capital al llegar a la localidad, no obstante, el primer desafío fue el de conseguir un aval, sin embargo mediante amigos y con una charla de negocios que entabló con los mismos se le ofreció la posibilidad de emprender.

En el caso de Wesley¹¹, al llegar conoció a su hoy ex-esposa, estudiante de veterinaria de origen haitiano la cual, le brindó todo lo necesario para poder iniciar su emprendimiento. Fue el conocimiento y contactos que ella tenía que facilitaron la apertura de un café-internet.

En el caso de Fritz¹², a través del restaurante *Boun Gout*, que tuvo la oportunidad de trabajar en su área profesional ya que era administrador de empresas, no obstante decidió explorar otro giro al abrir una barbería para haitianos llamada *Nazarino Barber Shop*, la cual serviría de piedra angular para la comunidad al igual que *Boun Gout*, ya que sería un lugar para que compartieran información, esparcimiento y

¹⁰ Jeremy, haitiano de 30 años, giro de servicios

¹¹ Wesley, haitiano de 33 años, giro de servicios

¹² Fritz, haitiano de 37 años, giro de servicios.

un punto de reunión para ellos. La barbería generó una visibilidad no solo para la comunidad haitiana sino para grupos interesados en ella.

En el caso de Jean Eli¹³ Fue mediante estos lugares *Boun Gout* y *Nazarino Barber Shop*, que él pudo llevar a cabo su emprendimiento ya que fue donde conoció a su socia, ciudadana mexicalense, a quien le ofreció la propuesta de iniciar un negocio.

Una situación similar fue la que vivió Roldán, para él llegar en familia fue lo que permitió abrir su emprendimiento ya que al llegar acompañado de su hermano y primo, pudieron asociarse con confianza para capitalizarse y emprender un negocio.

Los anteriores casos con un claro ejemplo que la migración haitiana en Baja California, fue acogida por la sociedad como un “suceso novedoso”, lo que permitió que las redes sociales que cubrieron a los haitianos en Baja California fueran atípicas a diferencia de otras nacionalidades.

Caso contrario a lo anterior las personas procedentes de Centroamérica. En este sentido para Juan, de nacionalidad hondureña, fue difícil emprender ya que no recibió mucho apoyo en un inicio. Fue hasta que empezó a laborar en una maquila de la localidad realizando acabados en una empresa de refacciones, que se repitió el patrón de apoyo gracias a las capacidades inherentes y su productividad.

Como se puede apreciar, las redes sociales no solo juegan un papel en lo relacional, sino que conducen un cobijo dentro de la percepción migrante del entorno, es fundamental dimensionar la importancia de la red no solo en la cuestión de involucramiento sino en una dimensión más socio afectiva del migrante dentro de un entorno que puede ser agresivo para la integración, sin embargo, no solo se tiene que

¹³ Jean Eli, haitiano de 35 años, giro comercio de productos.

ver la red como un cuestión en el fenómeno de la migración que llega, sino cómo ésta también consolida comunidades en crecimiento. Para nuestros sujetos de estudio, el poder abrir un emprendimiento ha significado un estímulo para poder reintegrarse con otros miembros de su familia de su país de origen ya que el emprendimiento les ha servido para crear una cohesión social en la localidad o dentro de sus mismos grupos. Este reencuentro con familiares es una consecuencia, anhelo y motivación por parte de los sujetos de estudio.

De igual forma, las redes sociales en los emprendimientos han llevado a las distintas comunidades a tener eventos en los cuales el esparcimiento y el sentido de unión han sido muy positivos en estos grupos de migrantes.

Marian menciona que la comunidad venezolana, organiza de manera frecuente reuniones sociales donde comparte noticias, empleos, etc. Para los haitianos los emprendimientos como la *Nazareo Barber Shop* y *Boun Gout* se han convertido en un epicentro de reunión donde, en fechas de fiestas nacionales han convivido dentro de este restaurante.

Otro fenómeno resultado de las redes sociales de los emprendimientos migrantes ha sido el del traspaso y contratación de propios migrantes en los distintos emprendimientos, para Fritz un área de oportunidad importante fue que los locales mexicalenses de corte de cabello desconocían el corte caribeño, por lo que, buscando en su comunidad gente con experiencia en el corte de cabello, les ofrece empleo mientras él solo se dedica a la administración del mismo.

En conclusión, en el análisis al discurso de los entrevistados se manifiesta una marcada participación de ellos en redes sociales ya sean familiares, por parte de la

sociedad civil o grupos en pro del migrante en donde se observa que de los 20 emprendedores entrevistados todos han sido beneficiados por alguna red, en su mayoría son particulares que no son miembros de ninguna asociación civil o grupo, éstos han brindado la mano desde cuestiones como hospedaje hasta apoyo financiero o material.

Las redes sociales en apoyo al migrante en la frontera de Baja California han sido sin duda la piedra angular de la atención migrante durante décadas tanto en Tijuana como en Mexicali, éstas son las que hacen los primeros acercamientos con los grupos de migrantes e incluso tienen consolidados mecanismos y experiencias para la atención de ellos.

b) Dimensión capital humano. En el instrumento aplicado durante el trabajo de campo, revisamos las distintas características que nos pueden ayudar a distinguir indicadores que nos permitan abonar a la tipología del perfil migrante. Entre estas características se encuentran la experiencia laboral, oficios, educación o formación, capacitación, idiomas, conocimientos empíricos, certificaciones y grados, entre otros. Lo anterior como características que pudieran ser las más significativas, adicionalmente logramos identificar que había muchas otras que generaban un impacto mayor. En relación a esta dimensión los entrevistados manifestaron lo siguiente:

Para Roldán que venga su esposa e hijos y empiecen a trabajar en su negocio para poder expandirse es muy importante en su plan de vida. El mismo ve una gran oportunidad para sus hijos al estar en Mexicali y poder estudiar como otros haitianos

que han podido acceder tanto en educación básica, media y superior, así como en educación técnica.

También en el caso del entrevistado Mickey el cual fue el primer haitiano en Mexicali en ingresar en la Universidad Autónoma de Baja California (UABC), en la carrera de ingeniería, una meta que le ha podido brindar también el prestigio dentro de su emprendimiento de clases y cursos para ingresar a la universidad. El ejemplo de Mickey para la comunidad haitiana fue muy significativo, ya que otros miembros de esta comunidad han ingresado a la Universidad, como el caso de Forest que aunque ya contaba con una carrera universitaria ha comenzado a estudiar una segunda carrera en el área de ciencias humanas. Cabe destacar que también Mickey ha fomentado en su familia de Haití la migración para el estudio ya que tiene una prima que ha llegado a Mexicali para estudiar la carrera de medicina.

No solo estas redes en pro a la educación se extienden en la comunidad haitiana, las vemos también en la comunidad venezolana, donde Marlan menciona que primos y otros conocidos han ingresado a la UABC para estudiar carreras y continuar con sus estudios. En este punto es importante mencionar que no solo los extranjeros han ingresado a las escuelas públicas, en el caso de Fritz el ingresó a una escuela privada para tener una carrera en comercio, ya que él contaba previamente con la carrera de Administración de Empresas, sin embargo debido a que decidió emigrar a los Estados Unidos no continuó con sus estudios.

Otro caso es el de Carili la cual es la entrevistada que cuenta con el mayor nivel académico y que no había nunca abierto un emprendimiento, siendo su negocio completamente distinto a su educación superior la cual llega a nivel de doctorado. Para

Carili, fueron sus conocimientos sobre tejido los que le dieron una herramienta valiosa para la administración de su negocio, además de la experiencia de su esposo como un emprendedor, el cual le ha permitido consolidar su negocio.

En el caso de Janini, ella tiene una formación distinta con una carrera trunca en derecho, pero menciona que en su país Honduras tuvo una licorería, en la cual llevaba todos los procesos, lo que ha hecho que al momento de emprender su negocio haya tenido las competencias que le han permitido poder llevar a cabo procesos sin problema aparente.

En el caso de Jos Mario él sólo cuenta con una carrera técnica y haber trabajado en su país en el giro de la mecánica por mucho tiempo ha sido su único acercamiento con la educación formal. En el caso de Maria ella solo estudió hasta el bachillerato y no tuvo oportunidades de continuar. Para Marlan, la experiencia con un negocio propio nunca llegó en su natal Venezuela, pero han sido los conocimientos y experiencia en contabilidad y el ejercicio de su profesión, lo que le ha permitido desarrollar de buena manera su negocio, entendiendo conceptos administrativos y siendo la única junto con dos haitianos que comprendieron el lenguaje y características que debe tener un plan de negocios en un emprendimiento.

Lo anteriormente mencionado es de suma importancia porque nos permite asimilar ver la importancia del capital humano en la integración, debido a que cuentan con un perfil que les permite desarrollar habilidades distintas en materia de emprendimiento, esto los hace destacar y permite que se favorezca la inclusión y la integración de los mismos en la sociedad de acogida.

El caso de la comunidad haitiana, nos refiere a que su capital humano fue fundamental para el inicio de sus emprendimientos, ya que la gran mayoría de los entrevistados son profesionistas y con experiencia previa al emprendimiento, los cuales no precisamente vienen desde su estancia en Haití, sino que dentro de su recorrido hasta llegar a Mexicali ya habían realizado actividades de negocios que les dieron no solo experiencia sino capital.

Cabe destacar que en el caso de este grupo de haitianos que llegó a Mexicali, gran parte de su rápida inserción laboral y creación de emprendimientos se debió a que ya dominaban el idioma por su estancia en Chile o Brasil, ellos compartieron con personas que hablaban español y esto favorece su comunicación.

En este sentido revisando el capital humano observamos casos como el de Wesley, en el cual aunque haya emprendido una casa de empeño en Brasil, su formación académica es la de licenciado en computación, misma que después de muchos años ha podido ejercer en Mexicali. Su negocio no solo es parte de una meta profesional sino también es una herramienta para desarrollar su capital humano.

Un caso similar al de Wesley es el de Mickey el cual desde niño se ha apasionado por las matemáticas y siempre quiso ser maestro. En Chile, junto con un amigo, pudieron montar un negocio de auto-lavado el cual les permitió viajar a México en busca de cruzar a EEUU. Al llegar utilizó ese conocimiento para poder ingresar a la UABC, pero lo importante es que pudo capitalizar su afición como un emprendimiento y ahora se encuentra brindando cursos personalizados por su propia cuenta a particulares (asesorías académicas) para jóvenes que quieren aprender matemáticas,

mejorando sus conocimientos mediante el estudio de la carrera en ingeniería en electrónica.

De la comunidad haitiana, también existe el caso de Moises el cual estudió arquitectura y pudo ir a Brasil a trabajar de su profesión. En Haití su familia cuenta con negocios varios, por lo que al emigrar a México tenía la convicción de abrir un par de negocios que le sirvieran para obtener un segundo ingreso. Los emprendimientos que abrió de venta de ropa y venta de agua, debido a la experiencia profesional previa que Moises tiene y a la habilidad de delegar, ya que en Mexicali él trabaja para una constructora como arquitecto y considera que en un futuro el capitalizarse para abrir su propia empresa de construcción y remodelaciones.

Uno de los emprendedores haitianos con más capital humano es sin duda Fritz, el cual en Haití venía de una familia de comerciantes. Cuenta con la carrera de administración de empresas, además con la experiencia de haber en Brasil abierto dos emprendimientos una estética de mujeres y un negocio de venta de celulares y accesorios. Para Fritz, sus conocimientos de administración le abrieron la oportunidad de ser de los primeros haitianos en trabajar como profesionista y contar con una regularización de su estatus migratorio, debido a que la empresa que lo contrató recién llegado facilitó e hizo toda la logística necesaria para otorgarle un empleo formal, hablando criollo, francés, portugués y español. Considera que si no fuera por esas experiencias y conocimientos de administración no podría haber abierto sus negocios en Mexicali.

Si bien hay haitianos que cuentan con una formación profesional y experiencia, existen haitianos que nunca habían emprendido un negocio lo cual no fue una limitante

para volverse emprendedores, este es el caso de Jean Eli, el cual nunca había tenido experiencia en el establecimiento de un negocio, pero vio en el emprendimiento un área de oportunidad para mejorar sus ingresos, ahora tiene determinado ahorrar dinero y al momento de la llegada de su esposa abrir un restaurante ya que comenta que viene de una región de Haití con una gastronomía distinta a los productos ofrecidos por los restaurantes locales.

En la experiencia de Joseph él nunca había emprendido, pero en compañía de varios “hermanos haitianos” como él dice, se encontró con la oportunidad de abrir un restaurante el cual se convirtió en *Boun Gout* con la ayuda de Ale, un haitiano¹⁴ que en su momento había trabajado como cocinero en Haití pero que jamás había tenido un local propio. Fue esa motivación, la que los orilló a abrir su local, el cual al partir ambos hacia E.U., fue traspasado a Juan el cual ya había atendido un restaurante familiar y que con la contratación de una cocinera haitiana ha dado una revitalización al negocio.

El anterior panorama ha generado dentro de los haitianos el convertirse en un tipo de emprendedor que ha sido bien acogido por la sociedad, pero del cual se desconoce que cuenta con esas competencias, situación con la que no cuentan muchas veces otros emprendedores migrantes y que limitan su capital humano, recordando que él mismo expresa elementos de experiencia, en el caso de un migrante que ha tenido la oportunidad de desarrollarse en su traslado en distintas actividades, esto ha robustecido que cuenten no solo con conocimiento sino con la destreza para llevar a cabo el emprendimiento.

¹⁴ Ale, haitiano de 44 años, cocinero en *Boun Gout*.

Otro punto importante de mencionar en esta dimensión es el papel de la educación en el capital humano del migrante emprendedor. A nivel educativo los sujetos de estudio presentan todos perfiles educativos especializados o profesionales, lo que resulta en empresarios que cuentan con competencias que les han resultado útiles. En los entrevistados, sólo han sido cuatro de ellos los que han tenido una inserción dentro del sistema educativo en México, siendo Carili la que ha desarrollado a lo largo de los años estudios de posgrado, iniciando con la maestría en estudios socioculturales y continuando con sus estudios en el doctorado en el mismo ramo. En el caso de los migrantes haitianos, Mickey fue el primer haitiano en estudiar una carrera profesional en Mexicali, el caso de él resonó en la sociedad mexicalense dividiendo opiniones a favor y en contra, situación que para él fue difícil debido a los comentarios despectivos y racistas que se presentaron en redes sociales, pero para su comunidad fue muy positivo ya que otros haitianos como Jeremy ingresaron a estudiar y su emprendimiento le da la libertad de hacerlo. Mickey, se ha vuelto para otros haitianos de Mexicali una referencia para ingresar a estudiar carreras profesionales. En el caso de Fritz el ejemplo de Mickey fue muy positivo e ingresó a estudiar la carrera de comercio internacional en una institución privada, carrera que no pudo terminar debido a su cambio de residencia a Estados Unidos.

No obstante, en los casos de las emprendedoras migrantes como Maria, aunque le gustaría estudiar una carrera, tanto su empleo como emprendimiento no le permiten tener tiempo para estudiar, además que desconoce cómo ingresar a la escuela, en el caso de Maria, ella considera que es muy grande para seguir estudiando, misma respuesta que obtuvimos de Janini, mencionando que le gustaría concluir su carrera en

derecho pero que su edad la desmotiva. Algo muy importante es mencionar que los hijos de las emprendedoras se encuentran estudiando en etapa básica en Mexicali, y muchos de los migrantes de Haití mencionan que quieren que sus hijos estudien aquí, viendo una oportunidad única e importante para sus familiares, dentro de la parte educativa.

Moses, menciona que muchos en la comunidad haitiana les gustaría cursos de emprendimiento, pero muchas veces la barrera del idioma, situación con horarios o falta de acercamiento de las autoridades para proponerles alguna oferta de educación los desalienta para llevar a cabo la decisión de acercarse a aprender. También menciona Moises, que cuando se ha acercado a las instituciones de gobierno que se encargan de la educación muchas veces por no contar con alguien que sirva de intérprete terminan desistiendo por continuar sus estudios o ingresar a sus hijos a estudiar. Algunas asociaciones civiles y académicos, han logrado convenios con escuelas además de hacer jornadas dentro de albergues o escuelas, tanto para aprender el idioma, oficios y orientación para trámites, a pesar que no hay una estrategia concreta hay disposición por lo que se puede que existe inserción en el ámbito educativo, aunque aún es limitada.

De igual forma es fundamental mencionar que en otros casos de otras nacionalidades con menos escolaridad, también hay esa voluntad pero ciertos procesos se vuelven complicados a diferencia de emprendedores que tienen bien estructurado un plan de negocios. En ese sentido, solo tres fueron identificados como emprendedores que cuentan con un plan de negocios, más que nada son esas experiencias empíricas las que han reforzado su perfil emprendedor. En este sentido, el

poder llevar a cabo emprendimientos con otros grupos de migrantes, tienen que contar con un acompañamiento que logre identificar esas características y capital humano para aprovechar esos elementos de mejor manera al momento de abrir y desarrollar negocios que sean exitosos y logren pasar la prueba de la apertura.

c). Dimensión financiera. Aunque no es fundamental para iniciar un negocio el factor *financiero*, es crucial los primeros presupuestos, materiales, mobiliario e insumos necesarios para abrir un negocio, muchos de estos factores se ven reflejados en el tamaño y crecimiento de un negocio en su etapa inicial, para los emprendedores migrantes el contar con apoyo financiero resulta aún más primordial para tomar decisiones adecuadas para la apertura de sus negocios. Como lo señalan los entrevistados:

Un caso de facilidad para la apertura de su negocio fue el de Carili, la cual pudo abrir su Restaurante de *Retro Snack* de manera sencilla debido a que le rentaron un espacio a precio muy económico gracias a la ayuda de amistades, mismo caso que se repite para *Boun Gout* que en una primera instancia se apertura justo enfrente de la barbería de Fritz pero por el flujo de clientela y por el ofrecimiento de un local más grande, ellos encontraron una ubicación mayor en una avenida más transitada, en un local 5 veces mayor que el local primeramente ofrecido.

Este caso es relevante porque es una tendencia en todos los locales y negocios abiertos en todas las entrevistas. Por ejemplo, para Roland en la apertura de su tienda de abarrotes, abierta por su hermano el cual actualmente se encuentra en Estados Unidos, en una primera apertura se ubicó, en la colonia pueblo nuevo, sin embargo, buscando opciones, con el ofrecimiento de un locatario en la Colonia Cuauhtémoc, le

mencionó que tenía un local con todos los insumos y mobiliario para abrir una tienda de abarrotes. Roldán llega a un acuerdo favorable en relación a la renta adquiere después de un trato el traspaso del local abarrotes la Gloria, el cual menciona tiene un espacio óptimo para hacer crecer el local y desarrollar mejores servicios dentro.

Wesley en un primer intento por abrir su negocio, abrió su taller de cómputo y café internet a un lado de *Boun Gout*, pero igual que en los casos previamente mencionados, encontró una buena oferta de renta en un local más amplio el cual es el que actualmente utiliza para su taller y café internet, además de haber incluido en el negocio la venta de celulares con una compañía de telefonía móvil nacional.

Para Mickey desde el mobiliario como la renta, ha sido gracias a la buena voluntad y ofrecimiento por parte de gente que les ha facilitado la adquisición o arrendamiento.

Carili, menciona que en su caso empezó emprendiendo desde su hogar. Mismo caso de Marlan que señala que se le permitió usar parte de la casa de su tía para su negocio.

En el caso de Juan, batalló para encontrar un lugar en un inicio, pero una amistad le consiguió dónde rentar y vivir, después de hablar con el dueño sobre la posibilidad de montar un negocio en dicho lugar, logró el permiso para poder tener su taller.

Es importante ver que no hay limitantes legales que impidan que en un domicilio puedan abrir un negocio, lo que también facilitó para muchos de estos migrantes poder iniciar el emprendimiento. De nuevo fueron las redes sociales que ayudaron a conseguir un financiamiento que ha impactado de manera positiva el abrir un negocio,

para Moises, Juan, Jean Eli, abrir sus negocios llegaron de ofrecimientos directos en los cuales se les pidió una inversión y se les facilitaron los insumos.

Se tiene que mencionar, en este punto que al ser emprendimientos tradicionales no son negocios que requieran de una inversión fuerte o de herramientas, recursos tecnológicos e infraestructura para llevar a cabo sus servicios.

Este bajo nivel de inversión es algo muy importante porque el impacto que pueden tener los negocios no es el esperado en un emprendimiento con un plan de negocios con buena proyección, tomando en cuenta que todos estos negocios no cuentan con embalaje o con procesos de gerencia de marca, por lo que sus medios para comunicar sus servicios y productos son muy rudimentarios, en el caso de *Boun Gout* tenemos una lona de no más de 2 metros que menciona el nombre del local y que venden comida haitiana, pero no existe otra estrategia para promocionar sus servicios, esa lona también fue donada por amigos.

En el caso de Roldán y Wesley ya había marquesinas de importantes marcas en sus locales. En el caso específico de Roland vemos que mantuvo el nombre del local previo a su traspaso. En el caso de Wesley sólo se encuentra el nombre de la marquesina de una marca de telefonías mexicana. En relación a Carili han sido las redes sociales las que se han convertido en su medio principal de promoción de su negocio. Marlan menciona que ha sido gracias a la red social Facebook que ha tenido clientela incluso muchos de sus productos por la pandemia de Covid-19, fueron beneficiados por las entregas a domicilio.

Otro punto a tomar en consideración es que ninguno de los emprendedores, tiene una estrategia de marketing o conocimientos del mismo. Para Fritz también al ser

un negocio que brinda solo servicios a sus compatriotas vemos que tampoco existe difusión o algo que comunique el servicio que brindan. En este sentido, la parte de la comunicación en las MIPyME es fundamental, ya que parte de las necesidades que los propios emprendedores han mencionado es el acompañamiento educativo en cuestión de emprendimiento y administración.

Al respecto, Moises menciona que, para él, independiente de sus estudios o experiencia desconoce procesos de marketing, inventarios, procesos contables y venta, esto es, lo que para él representa algo que pudiera aprender, incluso señala que a su comunidad le gustaría mucho recibir cursos de emprendimiento que les brindaran algún tipo de certificación.

En el caso de Juan, aunque su emprendimiento sea sencillo, le gustaría poder abrir más plantas de agua. Jean Eli dice que, aunque su intención es que su esposa tenga un restaurante, desconoce las necesidades y cómo administrar uno.

Jeremy, desconoce cómo poder llevar a cabo un proceso de crecimiento, ya que nos ha mencionado que ha batallado mucho en la administración de sus ganancias. En el caso del restaurante *Boun Gout*, los procesos administrativos han sido muy difíciles ya que en la gestión de Joseph no se contaba con inventarios y no había flujo de caja, lo que lo llevó a no tener ganancias. En la nueva administración, también se presentan problemas en los rubros antes mencionados.

Para Carili, el no contar con procesos administrativos y que la mayoría de sus procesos los hace en un cuaderno, por lo que es difícil llevar a cabo ajustes en su negocio. De igual forma, Evilyn manifiesta que no cuenta con ningún proceso de

inventarios por lo que trata de llevar a cabo un conteo de lo que requerirá para comer y vender, aunque le gustaría recibir algún curso o asesoría para mejorar en ese rubro.

Wesley señala que tampoco cuenta con procesos administrativos y que incluso sus colaboradores muchas veces llevan a cabo errores al no conocer los propios precios de sus productos, lo que ha resultado en pérdidas. Woly¹⁵ Tampoco cuenta con procesos administrativos, aunque es activo en redes sociales ofreciendo su servicio, sin embargo, los costos de su negocio e insumos son desconocidos para él.

Janini sí cuenta con procesos de inventarios y planeación, dice que ha sido su esposo una gran ayuda para mejorar los procesos de administración.

Por otro lado Marian menciona que no sufre de problemas para poder administrar sin embargo le gustaría poder contar con un financiamiento para subir al siguiente nivel su emprendimiento.

Así, en lo relativo a la dimensión financiera, pese a que incluso en casos como el de *Boun Gout* que recibieron apoyo con infraestructura como aire acondicionado, estufa, refrigeradores, sillas y mesas, todos los entrevistados mencionaron que ha sido difícil la cuestión financiera pese a que muchos iniciaron su negocio con un capital semilla propio, como es el caso de Jeremy, quien a pesar de contar con un capital semilla, le hubiera gustado tener un acompañamiento para abrir su negocio.

En este sentido, aunque todos han abierto emprendimientos tradicionales, se observan casos como el de Wesley que pese a contar con capital semilla propio y experiencia, aún no cuenta con la infraestructura ni con el inventario para poder llevar a cabo un crecimiento en su negocio. O como el caso de Roldán, en donde el crecimiento

¹⁵ Woly, haitiano de 30 años, giro de servicios.

de su negocio va de la mano de poder acondicionar su local para ofrecer frutas, verduras y un área de carnicería lo que aumentaría la variedad de productos, pero para eso necesita aumentar su ahorro o recibir un financiamiento.

Evelyn¹⁶ menciona que le gustaría poder comprar una mejor estufa y procesadores industriales. De igual forma, Eleny¹⁷ habla de que le gustaría contar con un área de comida mejor elaborada y con mejor equipo. Finalmente, Mickey menciona que le gustaría tener mejores pizarrones y mobiliario para sus alumnos.

No obstante lo anterior, debido al capital humano y financiero de nuestros emprendedores, vemos que a ellos les gustaría obtener educación emprendedora y financiera para poder administrar de mejor manera sus negocios, esta situación la comprendemos debido a que la educación y experiencia de ellos los dirige a mejorar sus conocimientos sabiendo ellos que esos elementos les permiten desarrollar mejor sus competencias en la cuestión empresarial.

Por lo anterior, se pudo observar que el capital inicial es fundamental, pero debido a las circunstancias del entorno los emprendimientos han sido desarrollados de un modo que han aprovechado el área donde se han montado, su segmento de clientes en una primera instancia son familiares, amigos o connacionales. Otro elemento, es que al ser emprendimientos de servicios como restaurantes u otros servicios la relación con sus clientes es más cercana y al no otorgar un valor agregado por innovación sino orientado a necesidades muy particulares se observa que el mercado de estos no es uno que busque un producto con un alto valor agregado.

¹⁶Evelyn, salvadoreña de 31 años, giro restaurantero.

¹⁷Eleny, salvadoreña de 43 años, giro restaurantero.

Otro punto importante en esta dimensión es la de negocio e iniciativa emprendedora extranjera. Para los emprendedores extranjeros, el haber iniciado un negocio fue en muchos casos el resultado de situaciones que concluyeron en ser un empresario, cuando les preguntamos a cada uno de ellos si se consideraban un empresario, muchos de ellos dudaron y otros respondieron de manera contundente que sí. Este comentario lo ponemos en contexto debido a que tanto la experiencia previa como la visión de su negocio es importante, donde identificamos por medio de preguntas si contaban con un plan de negocios estructurado, para un emprendimiento inicial. La teoría marca que debe de haber una idea de negocios, que debe ser atendida y esquematizada para poder identificar los elementos necesarios para el desarrollo del negocio y sus actividades.

Para conceptualizar estos elementos los dividiremos mediante el Modelo Canvas (lienzo), metodología usada en el mundo del emprendimiento por su sencillez, esta se divide en nueve elementos:

1. Segmento de clientes
1. Valor Agregado
2. Canales
3. Relación con los clientes
4. Actividades clave
5. Recursos clave
6. Socios clave
7. Estructura de costos
8. Ingresos

Ninguno de los entrevistados conocía el concepto de plan de negocios, salvo Marla que comenta que no cuenta con una estructura de plan de negocios, algo que resaltó ya que varias de nuestras preguntas iban con la intención de determinar cómo fueron estructurados sus emprendimientos. El hecho de contar con pocos conocimientos y esta carencia de estructura los hace vulnerables a presentar deficiencias administrativas, como la descapitalización, falta de promoción, falta de inventarios, robos hormiga, ausencia de innovación, entre otras fallas. Ahora, esto se debe a que muchos de ellos no cuentan con una educación básica financiera, administrativa y emprendedora, de ahí el comentario de Moses es muy valioso, al mencionar que les gustaría mucho recibir información al respecto y talleres que resulten en mejoras de sus emprendimientos.

Otro punto importante es el relacionado a los mecanismos de desarrollo de negocios de los migrantes extranjeros. En relación a este punto es importante mencionar que los emprendimientos de los sujetos de estudio fueron de perfil tradicional, en este sentido se observó una ausencia del plan de negocios, lo que ha determinado que muchos de estos emprendimientos carezcan de una plataforma de crecimiento adecuado y sean negocios con áreas de oportunidad de mejora.

Para poder generar un análisis relacionado con las deficiencias encontradas se enumeran los elementos que se consideran como imprescindibles dentro de un emprendimiento inicial, a saber:

1. Estructura de costos
2. Objetivos y metas a mediano y largo plazo
3. Gestión de inventarios

4. Innovación y desempeño

A continuación, se hará una revisión de elementos identificados en las entrevistas como puntos comunes dentro de las deficiencias anteriormente señaladas. Con respecto a la estructura de costos de la pyme emprendedora, notamos que en todos los emprendimientos hay una nula administración en los aspectos financieros, por ejemplo en Boun Gout se carecía de elementos básicos como un flujo de caja, el dinero no era administrado de manera normal debido a que el administrador disponía del mismo para uso personal, había una carencia de estructura de costo, que lo entendemos como los gastos fijos y viables que tenemos no solo al producir nuestros productos sino también de insumos gastos varios. Boun Gout además de restaurante se convirtió en hogar de muchos haitianos lo que volvía difícil la administración y salubridad del lugar, con la nueva administración notamos que no había un control y que no había un balance general de las ganancias o pérdidas del negocio. En el emprendimiento de María notamos que la manera en la que llevaba la administración era en un cuaderno de notas y que no había un proceso contable que ayudará a poder determinar costos o ingresos.

En el negocio de Jean Eli, tampoco se contaba con estos procesos lo que hacía que las ganancias fueran muy marginales, en el negocio de Wesley notamos que tampoco existía un control dentro del taller por lo que no se tenía proyectado cuando se ganaría o se estaba gastando en materiales, simplemente se pagan las cuentas según llegan los acreedores. A grandes rasgos, estos ejemplos permiten ver una situación que puede derivar en un problema serio de descapitalización y cierre de los

emprendimientos, otro punto a resaltar es que, al no contar con estos elementos, no podemos hablar de una cultura de ahorro o crecimiento económico de los mismos.

Aunque todos los sujetos de estudio tienen planes a futuro, como Roldan que le gustaría tener una gasolinera, Forest que le encantaría contar con un complejo de departamentos, Marlan que le gustaría ampliar su zapatería y crear una boutique de ropa para hombres, Carili que le gustaría contar con un lugar amplio para realizar cursos de tejido y otros, Woly que le gustaría contar con su propia escuela, Fritz que le gustaría contar con una joyería, Jean Eli con su propio restaurante, Evelylin con un restaurante más grande, Wesley con otro negocio en la parte oriente de la ciudad, no vemos un proyecto de ellos para llevar a cabo estas metas. Esta situación se debe a que muchos de estos emprendimientos fueron realizados sin una planeación, misión, visión y objetivos, aunque sean PYMES todos estos emprendimientos deben de contar con una proyección a corto y mediano plazo, debido a la situación de la pandemia o la falta de financiamiento, estos han subsistido debido a la resiliencia y voluntad por tener una mejor situación financiera.

Es importante que estos negocios sean reevaluados para poder brindar un acompañamiento y fijar objetivos que sean alcanzables y medibles para así tener un desarrollo escalonado y factible. La correcta administración de los suministros de un negocio se convierte en la piedra angular de la correcta eficiencia dentro de un negocio, el reducir los sobrantes para evitar que esta merma se desperdicie, permite maximizar los recursos, además se evitan los robos hormiga y se adquiere una amplia visión de los recursos con los que se cuentan para poder hacer una proyección de las ventas y compras, lo que hace que tengamos una calendarización en nuestro negocio.

En los emprendimientos de los entrevistados se observó una carencia de gestión de inventarios, a excepción del caso de Carilli y Roldan los cuales por el tipo de negocio que tienen, deben de mantener un control de sus productos, además que se facilita el conteo, como por ejemplo en el caso de Roldán por los proveedores.

No obstante, en el caso de los restaurantes no se cuenta con un control y eso ha repercutido en la falta o la sobra de ingredientes lo que hace que muchas veces no cuenten con platillos o se tenga que tirar ingredientes que se echan a perder, no olvidemos que muchos de estos son productos perecederos y que en la mayoría de los restaurantes no cuentan con instrumental industrial, por lo que usan estufas o refrigeradores caseros los cuales no son los adecuados para hacer perdurar sus productos. En el caso de Marian, muchas veces ella trabaja bajo pedido, pero hasta que se le acaban sus zapatos, pide más, en el caso de Wesley no cuenta con un inventario y dice que no cuenta con mucha variedad lo que le resulta en productos que le cuesta trabajo vender.

No debemos olvidar que, al no contar con asesoría contable, detalles como estos pasaron a ser parte de los desafíos que deben resolver y que si no son tratados de manera adecuada pueden repercutir en el cierre de los negocios o pérdidas de capital de los cuales muchos negocios chicos no pueden recuperarse por lo general.

La innovación va de la mano de un buen manejo de la gerencia de la marca, al no ser emprendimientos con un perfil innovador, el desarrollo de sus productos y servicios no ha contado con un desarrollo de aspectos básicos como una marca propia, un punto medio de los precios de sus productos basados en la estructura de costos, no

cuentan con un empaque o embalaje propio o que muestre un valor agregado, tampoco existen socios clave o proveedores que les den insumos a mejores precios.

En este sentido sus productos no cuentan con un tratamiento o elaboración especial lo que les resta valor agregado y no los cotiza con respecto a otros productos del mercado, sus canales de distribución tampoco son atractivos para otros segmentos de mercado o clientes nuevos, que al no contar con una promoción desarrollada hacen que estos sean desconocidos para muchos o pasen a perder interés en los productos ofertados. En un mercado con un consumo tan acelerado como el mexicalense donde hay una gran variedad de productos se puede perder la visión de que son diferentes y eso hace que al no presentarse una innovación se pierden clientes ya existentes o nuevos clientes.

La evaluación del desempeño que tienen estos negocios también es nula, por lo que al no contar con una supervisión o indicadores es difícil ver si se está descuidando áreas del negocio, muchas veces al contar con dos empleos o falta de personal capacitado o ser el propio dueño y empleado del negocio no se cuenta con puntos de equilibrio o una retroalimentación correcta por lo que se pierde objetividad al pensar que ciertas ventas o ingresos se reflejan en el éxito del negocio lo que a largo plazo puede ser una carga pesada de mejorar por no contar con estos elementos de gestión y administración de negocios. Se recomendó a los emprendedores entrevistados, asesorarse o buscar cursos en línea, pero de nuevo el acompañamiento debe ser necesario si no muchos de estos negocios pueden llegar a cerrar por problemas administrativos que los derivaran en vicisitudes financieras y personales para el emprendedor.

Se puede entonces deducir que a nivel empresarial los emprendimientos de los sujetos de estudio se ven comprometidos por parte de la falta de un acompañamiento que, a pesar de su experiencia o educación, es necesaria. Es imperante la existencia de una educación emprendedora que haga sus negocios sustentables y capaces de crecer, para el beneficio de los empresarios extranjeros que decidieron abrir un negocio para mejorar su condición económica y personal en México.

d). Dimensión inserción laboral. La inserción laboral dentro de la integración migratoria, se ha convertido en el resultado a buscar por parte de las autoridades, con respecto a la atención de los flujos migratorios, el poder facilitar el acceso a campos laborales es fundamental para poder cubrir las necesidades básicas de la gente en situación de movilidad, los sectores a insertar a los migrantes suelen ser los desarrollados según la sociedad de acogida o zona donde se establezcan de manera temporal o permanente los migrantes, tratar de darles ese acceso laboral, permite resolver la autosuficiencia de los mismos pero también genera otros desafíos que el emprendimiento como herramienta de inserción laboral puede contribuir al acceso digno y mejorar la calidad de vida del migrante. Como se mencionó el giro de negocios es fundamental, sin embargo, hay otros factores tales como conocer cómo influye el entorno en los emprendimientos en las distintas zonas, esto repercute en su inicio y desarrollo.

Para nuestros sujetos de estudio, esta situación influyó claramente en el tipo de emprendimientos que iniciaron, siendo el sector de servicios en donde obtuvieron un área de oportunidad que explotar. Por ejemplo, la totalidad de los entrevistados tenían

distintos tipos de negocios al momento de la entrevista. Al preguntarles cómo es que se decidieron sobre este tipo de negocios, las respuestas se orientaban hacia la practicidad de los servicios o productos vendidos. Iniciando el análisis de la determinación de actividad, de los 20 emprendimientos de migrantes extranjeros solo dos de ellos son de comercio, 18 de estos negocios son los que se han focalizado en venta de productos y servicios relacionados con alimentos, de igual forma servicios como barbería, reparación de computadoras, mecánica general, dándonos un panorama general de que, en un contexto como el fronterizo, tenemos un mercado de consumo con particularidades a resaltar como una amplia variedad de productos de consumo y una cartera de clientes amplia en la demanda de productos. Esto se debe a que la ciudad de Mexicali, Baja California, al ser frontera con la ciudad de Calexico, California, se observa un mercado consumo de variedad, el consumidor fronterizo está acostumbrado a muchos tipos de comida debido a la oferta que se encuentra de los Estados Unidos lo que los vuelve muy receptivos a probar nuevos productos, con respecto a los servicios el consumo desmedido que se tiene en California impacta a muchos mercados secundarios, que no solo consumen productos nuevos, sino productos de segunda mano e incluso un mercado binacional donde muchos estadounidenses así como mexicanos van de un lado a otro de la frontera para obtener mejores precios como servicios que favorecen a su economía.

Por ejemplo, para Fritz emprender en Mexicali, ha sido una experiencia completamente diferente a su experiencia en Brasil, nos menciona que la cantidad de productos para surtirse es muy grande y los permisos así como los locales vienen con buen tamaño, su negocio fue en el centro histórico de Mexicali, menciona que no fue

difícil para él montar una barbería, ya que el lugar que se le ofreció para abrir su negocio contaba con un tamaño considerable lo que le permitió, en la primer parte de su negocio, abrir una tienda de ropa y accesorios de higiene para haitianos, en la parte posterior montó su barbería la cual previamente nos comenta, ya era un lugar para cortar cabello. En su caso, su servicio es ofrecido a su propia comunidad por lo que es común ver a muchos haitianos hacerse el corte caribeño, sin embargo, menciona que ellos estaban muy sorprendidos de la cantidad de negocios de corte de cabello que había en la ciudad.

Otro aspecto importante de esta dimensión, es el aspecto de los empleos generados por estos emprendimientos. En este sentido, además del caso de Nazareno Barber Shop ya mencionado, en relación a esta dimensión, se pudo observar que en el caso de Evelyn y su emprendimiento hubo también contratación de otros salvadoreños para la ayuda y preparación de platillos típicos de El Salvador. En el caso de Wesley, él ha contratado a otros haitianos para ayudarlo en su taller de cómputo. En el caso de Jos Mario también le ha dado apoyo a otros hondureños dentro de su negocio de carrocería. Por su parte Jeremy ha contratado a otros haitianos, pero también a un cubano en su emprendimiento de transporte.

El caso más notorio ha sido el de *Boun Gout*, este restaurante ha tenido tres dueños, los cuales todos han sido de nacionalidad haitiana y han contado con distintos cocineros y cocineras de la misma nacionalidad. Es importante mencionar que este negocio es trascendental no solo para la comunidad haitiana en Mexicali, sino para ofrecer un empleo a otros migrantes. Es un caso de éxito que nos muestra la

importancia de la red socio-laboral en los emprendimientos como punto de partida para la integración.

e). Dimensión representaciones sociales de migrantes. El desafío más importante dentro de las dimensiones estudiadas en este apartado del trabajo es el de la representación social de los migrantes, desde los acercamientos de grupos de apoyo pro-migrante, hasta las asociaciones internacionales como OIM, ACNUR o nacionales como INAMI o COMAR, el dar una asesoría adecuada a las necesidades de los grupos migrantes. Un punto a tomar en consideración es que, a partir del año 2018, con la entrada del nuevo gobierno federal, los programas de emprendimiento y financiamiento a MIPyMEs por parte del Instituto Nacional de Emprendimiento fueron cancelados y el fondo nacional de emprendimiento también fue suspendido, en este sentido los apoyos a pequeños emprendedores han sufrido un cambio por lo que muchos emprendedores nacionales, desconocen qué instituciones pueden financiar a sus negocios.

Las anteriores dimensiones reflejan que la frontera, sin duda influye en que el emigrante al estar en un entorno donde predomina el comercio formal e informal y donde el abanico de productos y servicios es amplio, logra llevar en el emprendedor un proceso completamente condicionado que al ser aprovechado de buena manera puede resultar en poder emprender aun careciendo de recursos de toda índole.

Por todo lo anterior se puede concluir que haber contado con un capital humano robusto, les permitió mediante, las redes sociales y el contexto emprendedor de la frontera poder aprovechar para llevar a cabo sus negocios. Es importante resaltar esto, ya que no es algo que sea solo de Mexicali, sino que en Tijuana y otras fronteras entre

México-Estados Unidos vemos esta propensión a emprender, pero Tijuana y Mexicali son lugares con una dinámica comercial sobresaliente y el destino de muchos de los extranjeros que ven esto como una opción viable, mejor que trabajar en una fábrica o en la informalidad, considerando lo anterior como una oportunidad única que les puede permitir desde un desarrollo económico, personal como un medio de sustento que puede ser muy provechoso al mediano y largo plazo, lo que convierte el emprendimiento en una herramienta de éxito en la inserción laboral del extranjero en la frontera de México.

En este sentido, los elementos dentro de las dimensiones antes mencionadas son fundamentales, porque se repite también en nuevos emprendedores que han llegado en la segunda ola migratoria haitiana del 2021, con la diferencia que los emprendimientos ya consolidados sirven de primer enlace con una comunidad que tiene mayor participación dentro del día a día de Mexicali. En este sentido, es cada vez más común, empezar a ver distintos extranjeros trabajando en distintos locales, pero también tomando la determinación de emprender, debido a la integración de sus familias en aspectos como, la inserción educativa de sus hijos o de la inserción laboral de extranjeros en una ciudad con una multi-culturalidad que no ha sido explotado del todo en donde se observa que la dimensión más importante para consolidar un emprendimiento migrante, son las redes sociales.

CAPÍTULO V

El emprendimiento como estrategia de integración de los extranjeros en Mexicali

5.1 Integración socio-laboral mediante el emprendimiento de negocios.

Como se ha podido observar, los resultados de los emprendimientos migrantes influyen en la integración de los mismos, no solo en el ámbito laboral sino social y cultural, en donde, como se pudo observar en párrafos precedentes, la percepción generalizada que la comunidad de acogida, en este caso la ciudad de Mexicali, Baja California, ha sido positiva respecto al apoyo para iniciar el emprendimiento, más cuando se habla, de procesos de integración generales, como es el caso.

En el contexto migratorio, la integración social es comprendida como el proceso en el cual el migrante extranjero se incorpora a la estructura social de la sociedad de

acogida (Richard y Nee, 1997), mismo proceso de incorporación que es bilateral entre el migrante y la sociedad. Muchas veces se ve como responsabilidad, ya sea del migrante o de las instituciones sociales, el ingresar a las distintas dinámicas sociales, sin embargo, en el caso del Estado mexicano, al no contar con una política pública que oriente a las autoridades como a los programas migratorios rumbo a la promoción de la integración, se observan acciones reactivas y de contención del flujo migratorio.

Lo anterior ha ocasionado que en fechas recientes se observa una marcada inseguridad social para los migrantes, lo que provoca que dentro de un país donde se tiene una desintegración del tejido social y una polarización, las relaciones sociales de convivencia y colaboración, así como la cohesión, visibilizan aún más la xenofobia existente en distintas partes de la República Mexicana, incluida la región fronteriza.

Un punto a resaltar en relación a los emprendimientos migrantes han sido las habilidades sociales generadas por los extranjeros emprendedores, las cuales les han brindado la posibilidad de poder emprender y relacionarse, con la finalidad de aprovechar y fomentar estas relaciones con las redes sociales que les han brindado un soporte que fue fundamental tanto para la apertura como para el desarrollo de sus emprendimientos.

Para los fines de este trabajo se define “habilidad social” cómo las habilidades necesarias que el migrante extranjero tiene para poder llevar a cabo una interacción social. En este sentido es importante comprender que el idioma y el correcto manejo de este es fundamental para poder llevar a cabo una comunicación asertiva y correcta.

Aunque muchos de estos extranjeros radicados en la localidad comparten el idioma español, los anglicismos y modismos que existen en la frontera, hace en una

primera instancia difícil comunicarse para los extranjeros que tienen sus propios modismos y elementos gramaticales.

En este sentido, comunicarse de manera efectiva es crucial como el caso de los haitianos, para los cuales no fue fácil el proceso de adaptación debido a que muchos de ellos venían directamente de Brasil a diferencia que los que venían de Chile que tenían ciertas nociones del idioma español.

Para Fritz, el idioma fue en una primera etapa difícil de aprender debido a que muchas palabras no se ajustan, como él menciona, al criollo (idioma oficial de Haití) y al francés, por lo que hacer la transición del portugués al español les produjo un gran desafío.

Mickey, menciona que haber vivido en Chile le permitió poder comunicarse y solo tuvo que aprender algunas palabras de uso común. Otro emprendedor que sintió un gran choque en su comunicación fue Wesley el cual, aunque conoce el idioma inglés, nunca había hablado español y al venir de Brasil le costó mucho trabajo poder comunicarse, fue el uso del inglés lo que le facilitó el poder interactuar con algunas personas.

Para Joseph, el español fue fácil de aprender debido a que algunas palabras se parecen al portugués, aunque en un primer momento al tratar de entender a alguien le costaba trabajo porque a veces las personas hablan muy rápido para comprender todas las palabras.

Para Marian, que viene de Venezuela, no le resultó difícil interactuar, al contrario, su acento y como dice ella su “alegría y jovialidad” le abrieron la posibilidad de interactuar de buena manera no solo con la gente que ha conocido sino con sus

clientes ya que no se ve mucha diferencia en el idioma e incluso algunas palabras se comparten entre la gente de su país y México. Señala que hay mucho en común por lo que no considera que haya sido en algún momento excluida por tener un acento diferente, al contrario, hay mucha gente que cree que es de México.

Para Carili, su acento no le ha perjudicado en la comunicación, salvo algunas o palabras que pueden significar otra cosa en su país, Janini por su parte dice que el haber vivido en Estados Unidos y el hecho de estar mucho tiempo fuera de Honduras ha hecho que al interactuar con muchos mexicanos haya cambiado su forma de hablar como los mexicanos.

Finalmente, Roldán menciona que la gente es muy amable, y que siempre ha visto mucha paciencia en las personas al comunicarse con él.

Lo anterior se torna relevante porque no solo el idioma influye en las habilidades sociales, sino también la interacción en usos y costumbres para poder llevar a cabo una relación con los nacionales del país donde se emprende, donde el idioma ha facilitado que puedan tener mejor comunicación con sus clientes. Por su parte, Wesley señala que los haitianos son muy alegres, les gusta la fiesta y hablar fuerte, son muy afables y logran entablar amistad de manera fácil debido a la forma en la cual la sociedad en su país se desenvuelve. En este sentido se originó un fenómeno particular entre haitianos y mexicanos, donde se observaron relaciones románticas entre muchos de ellos, las cuales fueron bien recibidas por la sociedad.

En este sentido las habilidades sociales han sido pieza angular para que el caso de los haitianos sea en particular exitoso. Esto ha sido importante para los demás

grupos, como los Centroamericanos, sin embargo, su integración no ha sido tan exitosa y bien recibida como la de la comunidad haitiana.

Así, se observa cómo hay elementos en las interacciones que hacen que los extranjeros sean bien recibidos y esto debido a que en Mexicali más del 70% por ciento de la población proviene de otros estados de la República Mexicana por lo que, entablar relaciones con gente proveniente de otros estados del país, es algo común dentro de las prácticas de relaciones sociales de la región. De igual forma, el hecho de tener experiencia atendiendo a clientes y personalidades extrovertidas, ha contribuido para que, los entrevistados, al tener un perfil adecuado para emprender, se refleje en habilidades sociales de comunicación que ha hecho que, en la parte de las relaciones con los clientes, hayan tenido sus emprendimientos un recibimiento muy cordial por los mexicalenses, lo que habla de interacciones sociales positivas que son favorables para los emprendedores extranjeros. En este sentido se puede concluir que los emprendedores extranjeros tienen las competencias necesarias para comunicarse y relacionarse en la sociedad de acogida de Mexicali, sin embargo, esto no es todo para su integración pues, como extranjeros, conservar su cultura y tradiciones se torna relevante. Para muchos de nuestros sujetos de estudio, uno de los primeros acercamientos en el área laboral es por parte de las ferias del empleo o bolsas de trabajo que tanto las instituciones de gobierno como asociaciones civiles vinculan con los recién llegados, esta situación hace que muchos de ellos vean esta oportunidad como una manera ágil y sencilla de poder arreglar su estatus migratorio obteniendo mediante estos empleos una visa temporal, acceso a trámites como la Clave Única de Registro de Población (CURP) y el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) (Aldape y

Ramírez, 2023). Con ambos trámites ellos pueden acceder a servicios sociales en México.

Para muchos de los sujetos de estudio este fue el primer acercamiento laboral que tuvieron en nuestra región, en el caso de Jean Eli, el primer trabajo que le fue ofertado fue en una maquiladora, aunque nunca había tenido un trabajo como ese él lo alterna con su emprendimiento. Para Marian su primer trabajo fue como auxiliar contable, para luego pasar al sector industrial, en el cual trabaja en el área de recursos humanos como contadora.

Jeremy directamente se acercó a su emprendimiento, pero nos comenta que sus compañeros con quienes comparte su domicilio todos trabajan en una fábrica, para Fritz su primer trabajo fue como auxiliar administrativo en una fábrica, para rápidamente cambiar como auxiliar en una cadena local de mercados, en el caso de Juan, él empezó a trabajar en una maquiladora, hasta juntar dinero para empezar a emprender, para Roldán él junto a su hermano entraron a trabajar a una fábrica ahí fue donde conocieron cómo se había mencionado previamente a la persona que les traspasó su emprendimiento. Evelyn en un primer momento trabajó en una maquiladora, pero el sueldo no fue el suficiente por lo que decidió cambiar a otra actividad, en el caso de Carili ella contaba con ahorros por lo que al obtener su estatus regular empezó a trabajar como chofer en una aplicación, trabajo que aún conserva y complementa con su negocio.

Aunque varios de nuestros sujetos de estudio no entraron en el sector industrial, a partir del 2018, con las caravanas migrantes progresivamente hemos visto que la oferta a los migrantes para que ingresen a éste ha sido muy recurrente, es

fundamental también comentar que muchos de estos migrantes no tienen el interés de trabajar sino de cruzar a los Estados Unidos y muchos de ellos ven que los sueldos no son atractivos por lo que ya sea mediante el apoyo de sus familiares o de la informalidad, ellos pueden acceder a una forma de subsistir ya sea en albergues o por su cuenta.

No se debe pasar por alto, que la opción de emprender es otra alternativa que en el caso de nuestros sujetos de estudio ha sido su actividad principal. A nivel laboral vemos que, aunque no existen programas de acompañamiento, tanto las ferias de empleo como las bolsas laborales de la industria IMMEX, han resultado en una inserción laboral inicial, que puede mejorar si se canalizan perfiles a distintos ramos productivos. En el 2020, la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) creó un manual para el migrante emprendedor y a lo largo de los meses, se han desarrollado cursos para emprendedores.

Así, en la cuestión de negocios y emprendimiento, se observa que aún no hay canales adecuados para hablar de un sector emprendedor consolidado en los migrantes extranjeros de Mexicali. Respecto a este punto, solo en la comunidad haitiana se pudo observar un marcado sentimiento de falta de acceso a compartir su cultura. Fritz señala que *K-Fel* el grupo de música caribeño fundado por haitianos migrantes, surgió precisamente por la necesidad de escuchar y compartir música de su país, esto debido a que no había otros géneros que les gustaran.

La comida también es parte de la cultura, como lo menciona Joseph al mencionar que, aunque la comida mexicana y local les gustaba, la intención del restaurante *Boun Gout* era comer comida haitiana ya que ellos estaban muy

acostumbrados a comer sus platillos. Menciona que incluso en Brasil, fue muy común que tuvieran un lugar propio para comer su gastronomía, manifestando que ese arraigo es algo que es muy de ellos y es parte de su identidad. Este elemento es importante porque se repite en el emprendimiento de Fritz de la barbería haitiana.

Otro punto a señalar es que, como parte de su identidad, les gustaría poder celebrar las fechas importantes en su localidad. El propio Joseph menciona que a lo largo de su llegada a Mexicali, se han acercado mediante la asociación civil haitiana a distintas autoridades para poder llevar a cabo dos celebraciones importantes para su comunidad, la primera es el 18 de mayo (día de la bandera en Haití) y 7 de julio (celebración del Carnaval). La asociación civil haitiana “Movimiento Haitiano en Mexicali” (ACMHM) intentó realizar estos festejos, pero, al no recibir un apoyo con las necesidades que ellos plantearon, resultó en una decepción para la comunidad. En este sentido, aunque ha habido acercamientos de su cultura como un festival en el centro estatal de las artes en Mexicali, ellos consideran que no están del todo representados y que les gustaría compartir más su cultura y costumbres, en ese sentido no se sienten representados e integrados.

En el caso de Marian menciona que, aunque no cuenta con representación cultural no es algo que le aflija o requiera su comunidad, en el caso de Carili, su sentimiento nacional es carente debido a la situación política que enfrenta su país. Para Jos Mario, considera que dentro de su nacionalidad existe un rechazo por la mala publicidad que hay de su país y gente, lo que a veces hace que se sienta poco representado.

Aunque los haitianos también vengan de un contexto difícil, su identidad nacional es fuerte y se caracteriza por símbolos y costumbres muy arraigadas, sin embargo, en la parte cultural vemos muy poca representación en Mexicali debido a que en la región existe un marcado entorno multicultural que repercute en la identidad local y la propia visión de la ciudad la cual sufre de un fuerte problema de tejido social e identidad nacional. Parte de esa desatención la podemos adjudicar al poco interés de las autoridades, además de los nulos esfuerzos por las instituciones pertinentes por resolver los problemas presentados. Queda entonces de parte de los investigadores y asociaciones civiles otorgar la visibilidad a estas situaciones para su correcta atención.

Si bien, la representación cultural no es factor para que un emprendimiento migrante sea exitoso, sí es parte fundamental de esa integración que se busca tengan los extranjeros (como la comunidad china) en la localidad. Otro punto a tomar en consideración en torno al emprendimiento migrante es el género. Uno de los desafíos más importantes, fue encontrar emprendimientos de mujeres dentro de este estudio debido a que gran parte de los emprendimientos de éstas han sido complementarios a sus trabajos y su condición de género las vuelve excluidas y en donde muchas veces influyeron en gran medida los reflectores mediáticos por parte de la prensa.

Lo anterior es importante visibilizar ya que, a diferencia de los emprendimientos masculinos por la comunidad haitiana que tuvieron una cobertura de medios y visualización que contribuyó en sus aperturas y éxito, los emprendimientos de mujeres fueron escasamente difundidos. Lo anterior se considera, debido al machismo y costumbres de los haitianos donde la participación de la mujer en asuntos políticos o sociales es reducida, situación que nos lleva a la otra particularidad encontrada, y es

que en 2016 la migración haitiana que llevó a la entidad, presentaba en su mayoría una representación masculina, lo que generó en la sociedad mexicalense una visión *sui generis* de esta migración.

En el caso de las mujeres emprendedoras entrevistadas en la mayoría de sus casos, se pudo llegar a contactarlas gracias al apoyo de investigadoras y activistas que habían tenido previamente acercamientos con ellas. Esto es importante porque en un entorno comercial como el de Mexicali el ver una mujer emprendedora no debería ser algo poco común, sin embargo, existe un estigma social marcado en México respecto a la mujer empresaria, lo cual nos habla de un desafío cultural que las mujeres migrantes deben de sortear, además de los previamente mencionados. En este sentido resulta imperativo visibilizar estos emprendimientos por parte de mujeres ya que habla de un atraso que no debería de suceder en un ambiente emprendedor saludable e incluyente, y nos habla, de igual forma, de la falta de mecanismos para verdaderamente solventar estos obstáculos.

En este escenario y en relación a los emprendimientos de extranjeros en la localidad, principalmente haitianos, se pudo crear un perfil migrante mediante un análisis periodístico, perfil ideal que en la mente de la sociedad mexicalense contaba con las presentes características, a saber: trabajadores incansables y comprometidos, emprendedores, inteligentes, aseados, con atributos físicos extraordinarios, todos educados y amables. Este mismo discurso fue replicado por la prensa en entrevistas, programas locales donde muchas de estas entrevistas se dieron a distintos miembros de la comunidad como Woly el cual se le cuestionaba si tenía novia y preguntas que poco tenían que ver con su emprendimiento o necesidades. Otro miembro de la

comunidad haitiana que resaltó fue Joseph al cual se le adjudicó el título de presidente de la Asociación Civil Haitiana en Mexicali, siendo esta asociación civil iniciada por mexicalenses a favor de la migración haitiana que terminaron en simplemente utilizar la coyuntura para fines políticos particulares.

Tristemente, esta particularidad no abonó al éxito de los emprendimientos al contrario los condicionó a una percepción pública que al momento de llegar las caravanas migrantes del 2018, empezó a existir un rechazo por los grupos migrantes centroamericanos tildando a estos de ser una amenaza social, lo que desencadenó en movilizaciones sociales para exigir a las autoridades intervenir con las caravanas y rechazando la llegada de estos grupos de migrantes.

5.2 Hallazgos en torno al emprendimiento e integración de extranjeros en Mexicali

Emprender no es una tarea fácil, se compleja a medida que se carece de una meta empresarial y la asunción de considerarse un empresario, debido a que el emprender conlleva a necesidades fiscales, administrativas y sociales. Al respecto, al preguntarle a los sujetos entrevistados si se percibían como empresarios, sus respuestas fueron diversas:

Woly mencionó:

“Sí, cuando era niño, tenía una oración a Dios, siempre pedí ser una persona útil donde viva y ayudar y tener un negocio para dar un servicio bueno para los que lo necesiten”.

Donald señaló:

“Me hacen sentir orgulloso y me hacen sentir bien, mi familia y amigos al decirme que se alegran de que tenga un negocio, hace que me sienta útil, siempre he trabajado como emprendedor, en Brasil también emprendí, mi hermano también tuvo negocios, aprendí por mi hermano, en Brasil me dedique a vender cosméticas. Pero poder tener algo como mi negocio de hoy, me hace sentirme completo”.

Marian comentó:

“Jamás me sentí como una emprendedora o empresaria, pero poder tener más libertad económica me hace sentir mejor conmigo misma estando lejos de mi país”.

Sobre cuáles son los objetivos y el trato hacia ellos como migrantes se tienen respuestas como la de Wesley el cual señaló:

“Lo abrí para aumentar mi conocimiento y poder ir aprendiendo más y poder tener un mejor ingreso, y poder hacer eso que estudié. Mas porque emprender fue fácil en México, la documentación es más sencilla que en Brasil, porque no sentí mucho racismo ni discriminación, aunque he sufrido dos asaltos, pero jamás por ser de otro lugar, eso me hace agradecerles a mis hermanos mexicanos por esta ayuda”.

Para Carili si ha sido difícil, comenta:

“Siento que por ser mujer y extranjera me ha costado mucho trabajo poder trabajar en lo que estudio, pero poder abrir un negocio me dio esa estabilidad y pensamiento positivo para poder avanzar, tanto yo como mi familia”.

Jean Eli, menciona:

“Mexicali es difícil en su clima, pero fácil en hacer negocio, no había estado en un país donde pudiera hacer negocios tan rápido y que la gente no me viera como si fuera raro o menos, eso me ayuda mucho y me hace sentir bien”.

Roldán nos menciona que:

“Para mi poder abrir una tienda, y pensar en abrir una gasolinera me hace tener un sueño que jamás hubiera tenido en mi país, quiero que mis hijos estudien aquí y crezcan y sean profesionales, estoy profundamente agradecido con Dios y con los mexicanos”.

Mickey manifestó:

“México es un lugar muy bueno, aquí estoy estudiando, pude entrar a la universidad jamás pensé hacerlo y ahora tengo mi negocio y me siento ya un mexicano más”.

María menciona:

“En honduras jamás hubiera pensado en formar una familia a diferencia de México donde quiero que mis hijos estudien y crezcan y aunque extraño mi país, la tranquilidad y el prosperar es algo que me hace sentir agradecida”.

Marlan manifestó:

“Venezuela para mí es mi hogar, el alejarme de él y mi familia fue duro, pero sentirme parte de una nueva familia, tener nuevos amigos y desarrollarme como profesionalista es algo que me motiva a crecer no solo en mi negocio sino como persona”.

Mickey también recalca:

“Hay cosas que no sabía que podía realizar, como el miedo de abrir el negocio y que no saliera, y otras personas me han ayudado a ir adelante con motivación por parte de gente que ha hecho las asesorías antes que yo”.

En este sentido, en todos los casos se observó una motivación y agradecimiento por sentirse parte de la comunidad, muchos de estos casos de emprendimiento, han sido mostrados por la prensa local, lo que ha derivado en una buena percepción de la comunidad y no solo mejoró la imagen de estos migrantes sino perfila a los mismos a ser miembros productivos que son valorados con mayor plusvalía por su carácter migrante.

No obstante, tener el ímpetu de emprender no es el único activo necesario para ello, se necesita el apoyo de una red social robusta, contar con capital humano con

ciertas características, tener financiamiento, un plan de negocios y experiencia, entre otras cosas, en este sentido se encontraron los siguientes hallazgos:

5.2.1 Las redes sociales

A través de este estudio se logró verificar la existencia de la relación entre las redes sociales y emprendimiento por parte de migrantes extranjeros en Mexicali en donde el objetivo central fue comprobar que las redes sociales jugaron un papel fundamental como factores que estimulan la creación de empresas por los migrantes extranjeros en Mexicali.

En consecuencia, con este análisis verificamos nuestra hipótesis la cual menciona: El emprendimiento de los migrantes incide en su integración socio-laboral a través del autoempleo y la creación de negocios, lo anterior mediante el desarrollo de competencias sociales, laborales, educativas y culturales y se consolida a través de redes sociales con las que cuente el migrante en la localidad.

Por lo anterior, se puede decir que el emprendimiento es una herramienta que permite la integración del migrante mediante competencias sociales, laborales, educativas y culturales que se consolidan a través de redes sociales en Mexicali. Con esto podemos definir los resultados concretos en 4 categorías de comprobación:

- A. Las redes sociales por parte de mexicalenses influyeron en el emprendimiento migrante.
- B. Los emprendimientos han consolidado las redes por parte de los migrantes extranjeros y han propiciado la cohesión en ellos.

- C. Los emprendimientos han sido formados por emprendedores con un nivel de capital humano grande lo que ha estimulado la creación de negocios.
- D. Los emprendimientos migrantes han mejorado la percepción de los migrantes extranjeros dentro de la sociedad mexicalense.

5. 2. 2 El Capital humano

Se pudo corroborar que el capital humano influía en el desenvolvimiento de los mismos como emprendedores. En este sentido, como lo señala Zhikun (2018), el análisis de la actividad emprendedora de los migrantes extranjeros, el nivel educativo, la edad, el tiempo en Mexicali y el hecho de tener familiares empresarios son factores condicionantes que se consideran con frecuencia, así como experiencia fueron los elementos a investigar. Desde una perspectiva teórica, el negocio desarrollado es una forma del capital social especial para el colectivo migrante.

5.2.3 Giro de negocio

En lo que respecta al giro de negocio, la forma y tamaño del negocio generan la vinculación de las redes. Sin embargo, se observó la posible existencia de problemas al momento de llevar a cabo el desarrollo del emprendimiento, esto debido a que éstos en ocasiones obedecen a ser aprovechados no por una idea de negocio previa, sino por una oportunidad de negocios heredada u ofrecida por la red.

Pese a que en general, la motivación para emprender es la del autoempleo como alternativa ante la precarización laboral o la falta de estímulos económicos al empezar un negocio propio, observamos características motivacionales sustanciales

dentro del ánimo de la comunidad local, lo que supone un buen nivel de conocimiento del entorno, y por ende una cierta integración en la sociedad mexicalense, etc.

Justamente, en las entrevistas realizadas se buscó ver si este capital humano y experiencia emprendedora había sido utilizada previamente al llevar a cabo un emprendimiento lo que nos llevó a dos aspectos cuando preguntamos a los entrevistados sobre si habían emprendido previamente en su país de origen o en su trayecto y darnos cuenta de que todos habían tenido una experiencia emprendedora. Sin embargo, se observó que al emprender ellos también carecían de planes de negocio o estudios de mercado que abonan a la calidad de una innovación en su emprendimiento, por lo que los emprendimientos tuvieron un tratamiento de emprendimientos comerciales, de servicios varios sin mucha innovación, entrando en una categoría de negocios sencillos, que a su vez no requieren de mucha destreza o capital para su fase de incubación.

5.2.4 Plan de negocios

En relación al plan de negocios, al preguntar a los emprendedores, elementos muy básicos de estudios de mercado, se pudo observar que muchos de ellos no realizaron previamente algún análisis, y fueron las circunstancias con respecto al ofrecimiento o el entorno geográfico en el que radicaban lo que los orilló a realizar la apertura de sus locales. Cabe señalar que, en el caso de los emprendimientos realizados por la comunidad haitiana, muchos de ellos son llevados a cabo dentro de un esquema tradicional esto quiere decir que no tienen un público meta, a excepción de las barberías las cuales fueron creadas por la necesidad estética de su comunidad.

Lo anterior es fundamental porque nos habla de que, aunque el emprendimiento es para el público en general estos emprendimientos, haitianos fueron llevados a cabo en el centro histórico de Mexicali el cual, en una primera instancia por su cercanía con las oficinas de migración de EEUU, fueron de suma importancia para que los emprendedores optarán por actividades económicas que sirvieran primero a su comunidad y fue la recepción de la gente de Mexicali lo que les brindó popularidad. En el caso de otros emprendedores, el entorno ha jugado un papel fundamental para su negocio, desde el giro hasta los horarios y tipo de servicio, siendo estos de acuerdo a las necesidades de sus clientes frecuentes o con servicios a domicilio.

En definitiva, la segmentación de mercado de estos emprendimientos migrantes no tiene ninguna metodología lo que habla de que no hay un interés de llegar a un público específico, sino de cubrir una necesidad de servicios o productos entrando en una dinámica laboral directa y de fácil acceso al mercado comercial de Mexicali, posibilitando una visibilidad y por ende una participación de clientes moderada según el negocio y sus estrategias de promoción y ofertas. En este sentido, la mayoría de los entrevistados emprendieron negocios tradicionales el cual tiene la limitación de centrar el desarrollo de sus productos y servicios en satisfacer necesidades básicas con ofertas sencillas fáciles de brindar.

Este punto es fundamental ya que, hablando de productos, no hay uno que esté del todo elaborado por parte de los emprendedores migrantes, con la intención de entregar una innovación. Esto no es algo negativo, sino que habla del pragmatismo que existe dentro de los emprendimientos migrantes y la consistencia que deben de tener

con respecto de la calidad y el modelo de negocios, haciéndolos rentables y atractivos a nuevos clientes según características diferenciadoras que ellos realicen.

También se observó que por su solo origen extranjero, se genera un interés por parte de muchos clientes por lo exótico o diferente que es, que te dé un servicio un extranjero pero eso no abona al sentido de innovación, sino es un fenómeno temporal de moda y no da la pauta para consolidar el que se vuelva un cliente habitual por eso, al ver que los productos y servicios ofrecidos son básicos estos generan una confianza en el individuo y se convierten en clientes habituales que explicaremos más adelante en el apartado de relación con los clientes.

De igual forma se pudo vislumbrar, un fenómeno interesante en los emprendimientos extranjeros y es que su promoción es de corte tradicional, con folletos, lonas, afiches y fotos en redes sociales. En el caso de algunos emprendimientos extranjeros como el de los haitianos, tuvieron un apoyo que fue los medios masivos de comunicación local, los cuales mediante artículos periodísticos en radio, televisión y periódico llamaron la atención de mexicalenses entusiastas por ir a degustar o compartir con extranjeros, cuestión que se difumino con el pasar del tiempo, teniendo su máximo auge en el caso de los emprendimientos de migrantes haitianos en el 2017.

Esta falta de un plan de marketing se debe, en gran medida, al tamaño de los emprendimientos y a la falta de conocimiento por parte de los emprendedores para poder realizar una estrategia que se traduzca en captar la atención de más clientes, la falta de visión empresarial ha hecho que estos negocios no tengan el crecimiento esperado dentro del periodo de tiempo que llevan sus negocios. En general, esto

puede ser algo que no puede ser revertido debido a que la etapa de madurez y de crecimiento de estos negocios no tiene la capacidad de atención al cliente suficiente para que crezcan estos negocios, convirtiendo este elemento en una de las más grandes fallas dentro de los emprendimientos de migrantes extranjeros.

En este sentido, la dinámica comercial de los emprendimientos mexicalenses y los usos y costumbres del mercado llevan a que haya una alta oferta de lugares comunes como restaurantes, barberías, negocios de telefonía móvil, plantas de agua, abarrotes, etc. La interacción por parte de la clientela mexicalense es poco personal, esta alta demanda y la falta de elementos diferenciados en los negocios hacen que sea para el cliente irrelevante que el emprendimiento sea extranjero o no. Este fenómeno ha generado que no haya un rechazo por parte de los mexicalenses, pero tampoco una preferencia por los negocios de extranjeros debido a que no hay una aparente diferencia en los productos ofertados, siendo incluso los proveedores y las actividades las mismas, situación que lleva a la conclusión que la falta de emprendimientos innovadores juega un papel fundamental para la aceptación, por considerarlos negocios simples lo que abona a la integración sociolaboral por parte de los negocios de extranjeros en general y posibilita la buena interacción con los clientes, debido a la normalidad con la que el mercado cuenta con una amplia gama de opciones.

Es importante mencionar que no se observaron elementos clave dentro de la realización de productos o servicios, al ser los proveedores y las características del desarrollo de estos insumos muy básicos, no encontramos elementos destacados dentro de la oferta de los emprendimientos migrantes, esto juega en contra del desarrollo de estos negocios, porque al no contar con elementos mejores estructurados

pueden perder la capacidad de producción o innovación, restando esto la calidad de sus productos lo que posteriormente hace que se pierda el interés por consumirlos. En este sentido no se visualiza, por la falta de un plan de negocio y modelos de negocio, intención por modernizar o realizar emprendimientos que nos muestren más sobre la cultura o características de otros lugares.

Otro elemento a resaltar, quizá el más crítico y faltante en los emprendimientos de migrantes extranjeros revisados, fue el del plan financiero. Muchos de ellos carecen de un plan de ingresos, lo que hace que no logren obtener un punto medio que les permita generar ganancias adecuadas al esfuerzo realizado, al no contar con esto, la descapitalización y la falta de ahorro predomina en estos emprendimientos los cuales no tienen una curva de crecimiento sostenida y pasan por momentos irregulares en su desempeño económico. Este fenómeno se debe a que no tienen muchos de estos emprendedores una educación financiera empresarial adecuada, siendo este uno de los insumos a aportar a estos emprendedores, para la mejora y crecimiento de futuros negocios.

Por todo lo anterior, dentro de esta investigación se logró determinar que hay una gran influencia en el carácter emprendedor que existe en una ciudad fronteriza como Mexicali la cual impulsó mediante el apoyo de la comunidad general, el cual se vio exponencialmente favorecido por los artículos periodísticos con una reseña positiva de los emprendedores extranjeros empezando con la comunidad haitiana, de la cual se creó una meta percepción sobre que era una comunidad ampliamente trabajadora y con gran potencial de crecimiento y entusiasmo. Sin embargo, esta visión carece de objetividad debido a que es una suposición la cual se alimentó de una falsa impresión y

categorización de un prototipo de migrante el cual claramente es irreal y que contraste con la visión general de la migración centroamericana y el repudio por también una falsa percepción de las características de origen. No obstante, como en el caso de todos los emprendedores las redes cercanas, como amistades, compatriotas, familia y la sociedad civil organizada socorrieron y facilitaron la creación de negocios apoyándolos con financiamiento, materiales, infraestructura, renta de locales, equipo, asesorías legales, entre otras cosas.

Así, este fenómeno nos habla de una propensión por ayudar a los desfavorecidos siempre y cuando, éstos otorguen a la comunidad un servicio o producto, lamentablemente esta visión no abona con el espíritu emprendedor el cual como hemos visto en esta investigación, es un conjunto de elementos prácticos los cuales llevan a cabo un negocio para buscar el desarrollo económico y personal del emprendedor en donde es importante mencionar que estos emprendimientos y apoyo abonan con la construcción de redes por parte de la sociedad, la cual, no solo en el emprendimiento, sino en el apoyo general ha sido generosa con brindar apoyo de todo tipo, lo que habla de una madurez por parte de las redes de apoyo al migrante a través de los años en Baja California en especial en la ciudad de Mexicali y Tijuana, convergiendo en el apoyo al migrante en general para su integración, ya sea laboral o social.

CAPÍTULO VI

Reflexiones finales y futuras líneas de investigación

El objetivo de este trabajo de investigación fue analizar la influencia del emprendimiento en la integración socio-laboral de los migrantes extranjeros en Mexicali, llegando a las siguientes consideraciones:

6.1 Conclusiones de carácter teórico.

En el ámbito de estudio del emprendimiento, como bien menciona Zhikun (2018), los teóricos centran su atención en la creación de empresas, en donde la literatura ha señalado que la actividad emprendedora depende tanto de las características de los individuos emprendedores como de los factores del entorno. En este sentido, al contrastar la hipótesis que se formuló se puede concluir que: el emprendimiento de los migrantes incide en su integración socio-laboral a través del autoempleo y la creación de negocios, lo anterior, mediante el desarrollo de competencias sociales, laborales, educativas y culturales y se consolida a través de redes sociales en Mexicali.

En la primera parte se observa como sí incide en la inserción laboral, sin embargo, respecto a la segunda parte de nuestra hipótesis, podemos señalar que esta se cumple a medias ya que de acuerdo con los resultados obtenidos no se encontró una asociación significativa entre las habilidades y competencias relacionadas con el

emprendimiento. Lo anterior se corrobora con las preguntas de investigación al obtener los siguientes resultados:

Con respecto a la pregunta *¿Cómo incide el emprendimiento en la integración de los migrantes extranjeros en Mexicali, Baja California?* Se puede mencionar que la actividad emprendedora está favorecida por un clima emprendedor que existe por las dinámicas y sectores económicos de la frontera, los cuales influyen fuertemente con los habitantes de la región, situación que no escapa a los migrantes.

Con respecto a la pregunta: *¿Qué características beneficiaron al migrante emprendedor para la apertura de negocios en Mexicali?* El estudio ha arrojado que son las redes sociales la principal variable para la incubación de emprendimientos migrantes, cumpliendo la teoría el cometido que buscó esta investigación.

Sobre *¿Cuáles son las ventajas y obstáculos actuales en Mexicali, Baja California para el emprendimiento de negocios por parte de los migrantes?* Se obtuvo que la falta de acompañamiento e instrumentos dentro de las instituciones de migración mexicana, es una limitante que afecta a la inserción laboral, pero también a la creación de emprendimientos, debido a que no existen estímulos puntuales para extranjeros que quieran emprender.

En relación a *¿Qué resultados han generado los emprendimientos migrantes en sus redes sociales con respecto a su integración en Mexicali, Baja California?* Se observa que ha cambiado la imagen del migrante y se ha generado en la representación social de los mismos un perfil del migrante que suma a la sociedad local

para aquel que emprende o se integra a trabajar, convirtiéndose en una fuente de inspiración y ejemplo el migrante que es bien recibido.

Sobre ¿Qué propuestas para el emprendimiento de migrantes se deben priorizar para una correcta integración en la entidad? En esta investigación se plantea el realizar de manera prioritaria estrategias puntuales para la creación de acompañamientos y programas de emprendimiento para extranjeros, lo que puede resultar en un excelente estímulo de innovación y crecimiento económico en la región, evitando con esto problemas derivados de la desocupación o desamparo de migrantes en situación de vulnerabilidad por falta de empleo y medios para sustentar su vida. No obstante, entendemos que una de las limitaciones actuales es la falta de una estrategia nacional por parte de la nueva Política Migratoria del Gobierno de México 2018-2024, dentro del sexenio actual, a su vez de poco liderazgo por parte del Instituto Mexicano de la Migración (INM) y otros actores pertinentes. Otro obstáculo teórico-empírico de la investigación es replicar este estudio en otras fronteras lo cual permite contrastar estas realidades y poder llevar a cabo una estrategia más integral.

Finalmente, como conclusión del análisis teórico y discusión, se observa cómo el apartado teórico utilizado como marco de referencia no solo nos permitió la creación de un instrumento de muestreo adecuado y una entrevista de acuerdo al perfil del migrante emprendedor, sino que nos ayudó a corroborar la hipótesis, dando como resultado una contratación teórica y empírica favorable para nuestro estudio, lo que derivó en la presentación de nuestros hallazgos en distintos foros de emprendimiento dentro y fuera del país.

6.2 Conclusiones de carácter empírico

La actividad emprendedora de los migrantes en Mexicali cuenta con una larga trayectoria debido a la relación de la comunidad china con el desarrollo de negocios a lo largo de la historia de Mexicali, sin embargo, a últimas fechas los los migrantes emprendedores han presentado una tendencia creciente de actividad emprendedora, aunado a que los flujos migratorios han cambiado con respecto a la comunidad china la cual no puede considerarse precursora de esta actividad debido a que cuentan con características que no se asemejan a los migrantes contemporáneos de Mexicali.

Lo anterior ha desembocado en que, por las características de la frontera de Mexicali y la alta migración interna, el espíritu de apoyo al emprendimiento sea bastante amplio, lo que en los últimos años ha favorecido el apoyo al migrante emprendedor y que el mismo sigue estando vigente, aunque sin una representación o acompañamiento a extranjeros, pero sí con mayores facilidades para mejorar su situación migratoria y poder realizar un negocio.

Revisar la actividad emprendedora de los migrantes extranjeros a partir de una entrevista propia resultó en la comparación entre las características de los negocios de los migrantes, lo que permitió identificar las coincidencias y poder llevar a cabo mediante esto observar los principales desafíos para la integración sociolaboral y si estos emprendimientos proceden de un perfil migrante determinado o son parte un fenómeno extraordinario.

Asimismo, utilizando los datos de la entrevista se corroboró la hipótesis de investigación a saber: “el emprendimiento de los migrantes incide en su integración socio-laboral a través del autoempleo y la creación de negocios. Mediante el desarrollo de competencias sociales, laborales, educativas y culturales y se consolida a través de redes sociales en Mexicali”, en donde se obtuvo que el emprendimiento migrante, es un medio fundamental para la integración socio-laboral de los mismos, sin embargo, no genera una integración social con la comunidad de acogida ya que solamente es un medio de subsistencia financiera, no obstante robustece la integración con sus propias redes sociales.

Con respecto al punto mencionado, comprobar la relación entre el capital humano y el auto percibirse como empresario y el impacto de las redes en el desarrollo de estos negocios, ha sido el primer objetivo de esta investigación. Las principales conclusiones que pueden extraerse de este estudio son las siguientes:

a). Sobre la información obtenida a través del instrumento, se destaca que los migrantes emprendedores en Mexicali se conforma de gente joven que no supera los 35 años de edad.

b). La gran mayoría de los migrantes extranjeros que trabajan tienen estudios superiores. La mayoría de sus negocios son de servicios, destacando los restaurantes, barberías, tiendas de artículos varios como los más comunes.

c). Todos habían tenido una experiencia previa de emprendimiento.

d). El interés de abrir el emprendimiento nace como una opción de mejorar sus ingresos y previamente no había una intención emprendedora pero debido a sus recursos y apoyo de la comunidad estos iniciaron sus negocios se fueron creando.

e). Con respecto a la motivación emprendedora, los extranjeros sí tienen una visión personal que son empresarios, además de presentar entusiasmo por su actividad y deseo de mejorar sus negocios y ganancias.

f). Haciendo un comparativo entre las empresas mexicalenses, los negocios de migrantes emprendedores, no introducen tantas innovaciones en productos (calidad emprendedora).

g). Hay una notable carencia con respecto a las tareas de planificación y tareas de previsión y control de resultados, inventarios y finanzas.

h). Los migrantes emprendedores presentan una actitud positiva con respecto a superarse y una gran resiliencia y adaptabilidad al entorno (asunción de riesgos).

En este sentido, los resultados obtenidos en el análisis empírico indican en la contratación de la hipótesis, que para los migrantes emprendedores en Mexicali se muestra que la experiencia emprendedora, aunado con el capital humano con el que cuentan, es un factor que influye de sobremanera en el hecho de convertirse en empresarios, además que las redes sociales, las cuales son la ruta más eficaz para obtener información que les permita iniciar nuevos proyectos. Igualmente, sus emprendimientos permiten compartir con otros migrantes como partes de la red social y relacionarse a la vez de incentivar la creación de nuevos emprendimientos extranjeros.

Otro punto importante a tomar en consideración es la relación entre la integración y el capital humano. Los emprendedores migrantes que cuentan con más capital humano y que tienen unas mejores relaciones sociales se desenvuelven en más actividades además del emprendimiento como educación y socialización. En este sentido y hablando del crecimiento empresarial, el migrante emprendedor en Mexicali que poseen más capital humano y tienen una mejor relación social presentando un mayor crecimiento en sus ventas.

6.3 Limitaciones entorno al emprendimiento migrante y futuras líneas de investigación

El tratarse de un estudio transversal y estático, puede ser una limitación al estudio ya que la carencia de más sujetos de estudio y de recursos para poder entrar dentro de los grupos migrantes es un desafío, a la vez de la falta de datos de muchos de estos emprendedores no favorecen el estudio de datos microeconómicos. De igual forma, la falta de acompañamiento en los emprendimientos también es uno de los elementos más comunes que no se analiza al momento de configurar una propuesta de educación emprendedora para migrantes en Mexicali.

Aunque la población muestra es representativa del conjunto de los negocios visibles por migrantes extranjeros en Mexicali, limita un análisis en profundidad de la influencia del capital humano y la integración en otras dimensiones. Para ello, se requeriría un estudio más específico basado en la integración de los migrantes en Mexicali en especial en estos nuevos flujos migratorios.

Con respecto al diseño de la entrevista, no existen muchos estudios empíricos sobre los emprendimientos de extranjeros. En este sentido, la delimitación de las variables del emprendimiento está basada en los planes de negocio estándares por lo que un tratamiento enfocado en la integración podría resultar en datos más enriquecedores.

Finalmente, en cuanto a líneas futuras de investigación se torna relevante profundizar en el estudio de la actividad emprendedora de los migrantes extranjeros en México. Si bien se trata de un campo poco explorado, cada día hay más interés por la repercusión económica que dejan estos emprendimientos, no solo en la localidad sino en todo el país.

De igual forma estudiar el desarrollo a largo plazo de los negocios en Baja California y su relación en la creación de nuevos emprendimientos por parte de extranjeros recién llegados y el acompañamiento de la red en este proceso.

6.4 Líneas de acción y recomendaciones

Dentro del contexto actual de la migración en México, la carencia de acciones congruentes y de alto valor para la integración, dentro de la nueva Política Migratoria del Gobierno de México 2018-2024, invita a los investigadores del tema de migración a realizar propuestas que abonen al desarrollo humano y atención de la movilidad humana. En este sentido se presentan algunas líneas de acción que se consideran pueden consolidar políticas públicas en un futuro para la migración en nuestro país.

1. Cursos de emprendimientos migrantes. Parte fundamental dentro del emprendimiento es contar con la asesoría necesaria para consolidar planes de

negocios y apertura de negocios, por lo anterior se considera que dentro de los Centros de integración migrante (CIM), se debe de contar con cursos de emprendimiento que sigan los lineamientos internacionales y que a su vez cuenten con vinculación, con distintos actores internacionales para la migración. Por ejemplo, el 2021, la Organización Internacional para las Migraciones (OIM) realizó un manual de emprendimiento, a partir de ahí, dicha organización ha llevado a cabo distintas actividades y cursos para emprender en comunidades de acogida con la finalidad de fomentar una alternativa laboral, sin embargo, en la observación de los mismos, se ha encontrado una vinculación, entre actores claves, como la Unidad de Desarrollo Productivo y los distintos actores sociales, institucionales y redes migratorias con respecto al tema.

2. Acciones de acompañamiento a favor de la integración migrante. Las acciones como se han desarrollado en los últimos años han sido reactivas y de contención de la movilidad. Poder actuar en favor de la integración, puede resultar muy provechoso, no solo con migrantes extranjeros, sino con migrantes repatriados a los cuales poder brindarles herramientas para ingresar al mundo laboral y desarrollar sus conocimientos y habilidades puede resultar en una reactivación económica favorable para las ciudades fronterizas las cuales se encuentran en una situación compleja para llevar a cabo una atención digna que cubra todas las necesidades del migrante actual. Para esto es necesario generar vinculación académica con las distintas instituciones técnicas desde el bachillerato hasta universidades, las cuales puedan brindar cursos de carácter formativo en temas de emprendimiento, administración, finanzas, oficios y otros. El publicitar y ofrecer por distintos medios estos cursos, puede facilitar la

construcción de una agenda migratoria incluyente e innovadora, la cual no base su actuación en paliativos a las problemáticas que aquejan a los migrantes.

3. Consolidación sector laboral. Un propósito estratégico importante es consolidar el trabajo en el sector laboral fortaleciendo para ello, convenios a fin de coordinar de manera conjunta acciones preventivas (informativas y de capacitación), de canalización y derivación oportuna con repatriados, migrantes extranjeros y nacionales. Estas líneas pueden abonar a una política migratoria para la integración en próximos años.

Por lo anterior, para cumplir con las estrategias y líneas de acción planteadas, se recomienda hacer un seguimiento puntual en el avance de las metas planteadas tanto en integración como en tratamiento de atención al migrante en nuestro país, así como incorporar en la planeación las aportaciones que desde el ámbito institucional se establezcan como líneas de trabajo.

De igual forma se recomienda que los actores implicados en el tema migratorio, a todos los niveles, hagan uso en las tecnologías de la información (TICS) (*Facebook, WhatsApp, Messenger, Instagram, Twitter, Tik Tok*, entre otras) a fin de hacer llegar los mensajes institucionales con la población migrante y que, mediante sus redes sociales, estas genere un mayor impacto con los individuos interesados en emprender. Lo anterior con la finalidad de comunicar hallazgos que permitan transmitir a la población en general nuevas formas de ver el fenómeno migratorio.

6.5 Futuras contribuciones en torno a la investigación del emprendimiento migrante.

Éste trabajo representa un esfuerzo importante para contribuir a diversos campos de estudio de las ciencias sociales. Por un lado, el concepto de integración migrante, por su naturaleza multidimensional, coadyuva al estudio del emprendimiento no sólo como una herramienta que fomenta y consolida el desarrollo económico y estructural de las regiones, sino que también es un elemento de inclusión social de grupos vulnerables en un contexto fronterizo. En este sentido, los grupos migrantes sea cual sea su condición de estancia; tránsito, retorno, permanencia o desplazamiento forzado poseen esta característica de vulnerabilidad, y el paso hacia una vida económica productiva representa el primer elemento para transitar hacia una inclusión en las sociedades de acogida.

Este estudio, apunta el emprendimiento como una herramienta de inclusión e integración migrante en contextos fronterizos que poseen características socioeconómicas particulares, dadas precisamente por su vecindad con Estados Unidos. Lo anterior, permitirá consolidar mejores líneas de trabajo, que resulten en políticas públicas para la integración migrante donde se favorezca el respeto a la identidad, la diversidad cultural, la convivencia, la cohesión social, en resumen, el cumplimiento de los derechos humanos que todos los migrantes nacionales y extranjeros poseen por el simple hecho, de habitar en México.

Por otro lado, permite un acercamiento a la región fronteriza con especial énfasis al municipio de Mexicali, Baja California ciudad que hasta hace 10 años, se consideraba como exigua en la recepción de migrantes, y que hoy en día representa el segundo polo de atracción de migrantes extranjeros en el Estado, de acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2020, “se estima que en la entidad residían 152 377

personas nacidas en otro país, convirtiéndose así en el estado con el mayor número de población extranjera, nivel municipal, de los más de 1.2 millones de personas extranjeras que radican en México, 2.9% vive en la ciudad de Mexicali” (UPMRIP, 2022:43). Lo anterior, da cuenta que resulta prioritaria la elaboración de estudios que propongan estrategias para la integración de estos grupos migratorios, tomando en cuenta el entorno socioeconómico local, derivado de la ubicación geo-estratégica de la ciudad, las redes de migración resultantes de una larga y sostenida tradición migratoria que, de hecho, representan el origen de esta ciudad. Pero también aludiendo a elementos propios de los grupos migratorios tales como su formación y experiencia laboral, sus habilidades personales y sociales, es decir su capital humano.

Por último, al explicar la inclusión e integración no puede dejarse de lado la representación social de los grupos migrantes en la sociedad de acogida, puesto que, al estudiar esta variable, se pone de manifiesto los factores correspondientes al entorno social y la aceptación o no, por parte de las sociedades receptoras. Lo anterior, representa un elemento fundamental para explicar la integración migrante puesto que, ésta es bidireccional y se compone no sólo de factores institucionales, políticos, económicos, y de los propios migrantes, sino también de la respuesta de las sociedades receptoras ante la llegada de estos flujos.

Finalmente, esta investigación, cubre explicativamente todos estos elementos, y pretende formular propuestas en función de cada uno de ellos en aras de que los formuladores de políticas públicas posean marcos de referencia fundamentados, y que respondan a necesidades del contexto local, para la creación de normas, planes, programas y proyectos en aras de una integración de las personas en contexto de

migración. El emprendimiento entonces, es una herramienta que no solo facilita la inserción socio-laboral de los migrantes, sino que abona a su representación cultural, logra solidificar las redes sociales tanto de los migrantes como de los actores de la migración, favoreciendo el entorno y contribuyendo a mejorar la calidad de vida, tanto la integración, nos sentimos satisfechos al poder aportar a la ciencia un estudio que pueda ser de utilidad a todo migrante emprendedor, desde la formulación de una tipología, hasta el análisis del emprendimiento en emprendedores, se espera que a corto plazo se dé continuidad a este estudio para poder producir ciencia frontera que aporte a la academia, sociedad y migrantes en general nuevas herramientas que le den dignidad a su trabajo y les ayuden a superar los obstáculos al integrarse.

Referencias bibliográficas

- Acs, Z.J., & Audretsch, D.B. (2003). Handbook of entrepreneurship research: An interdisciplinary survey and introduction. Londres: Kluwer.
- Aldape, A. & Ramírez, K. (2023)Emprendimientos en la frontera: el caso de los migrantes haitianos en Mexicali, Baja California, México, Revista Diarios del Terruño, <https://www.revistadiariosdelterrano.com/aldape-vasquez-ramirez-meda/#easy-footnote-bottom-1-2527>
- Alejo M. y Osorio, B. (2016). El informante como persona clave en la investigación cualitativa. Gaceta de Pedagogía, 73–85. <https://www.researchgate.net/publication/337428362>
- Arango, J. (2002). “Explaining Migration: A Critical View”. International Social Science Journal. No. 52. pp. 283-296.
- Ávila, E. La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. Investigación y Negocios [online]. 2021, Vol.14, No.23, pp.32-48. Disponible en: <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126>.
- Bianchi, O. (2019), Plan de negocios para la adquisición de nuevo equipamiento para la fabricación de envases flexibles para una empresa local, Universidad Nacional de

Cuyo. Consultable en: https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/14225/bianchifce.pdf

Bonilla-Ricardo, R. F. y García-Restrepo, J. O. (2014). Caracterización del perfil emprendedor en graduados de la maestría en administración de negocios: un análisis empírico en la ciudad de Manizales. Universidad Autónoma De Manizales, Colombia. Consultable en: <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/839/1/TESIS - INFORME FINAL.pdf>

Bridges, S., O'Neil, K., & Cromie, S. (2003). Understanding Enterprises Entrepreneurship and Small Bussiness. New York: Palgrave McMillan.

Canales M. (2006) Metodologías de la investigación social. Santiago: LOM Ediciones;. p. 163-165.

Castles, S. (2010). Migración Irregular: Causas, tipos y dimensiones regionales. Revista Migración y Desarrollo, 7(15), 49-80.

Coronel A. (2010) Capacitación del capital humano para una inversión de desarrollo. Eureka. 2010

Cuervo, A., Ribeiro, D., & Roig, S. (2006). Entrepreneurship: Conceptos, teoría y perspectiva. Fundación Bancaja. Consultable en: <https://www.uv.es/bcjaueveg/docs/LibroCuervoRibeiroRoigESP.pdf>

Demick D. & Scharf F. (2004). Internationalizing Entrepreneurship Education. *Journal of International Entrepreneurship* Vol 2. p. 109-124. Consultable en: <https://link.springer.com/article/10.1023/B:JIEN.0000026908.35126.15>

Dzib, E. y López, J. (2020). *Estudio para la exportación de chile habanero en polvo hacia Estados Unidos*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Autónoma del Estado

- de Quintana Roo]. Repositorio digital de la Universidad Autónoma del Estado de Quintana Roo. <http://risisbi.uqroo.mx/handle/20.500.12249/870>
- Feito, L. (2007) Vulnerabilidad. *Anales Sis San* vol.30, suppl.3, Navarra, España. p.07-22. Consultable en: <https://scielo.isciii.es/scielo.php>
- Ferreto, E., Lafuente, E. y Leiva, J. (2018). Capital humano y factores sociológicos como determinantes del emprendimiento. *Tec Empre*, vol.12, no.3, pp.43-49. Consultable en: <http://dx.doi.org/10.18845/te.v12i3.3937>.
- Flores-Novelo, A. (2019) Efecto del capital humano emprendedor y la orientación emprendedora en el desempeño empresarial de firmas de software en Yucatán, México. *Revista Espacios*. Vol. 40, No. 42. Consultable en > <https://www.revistaespacios.com/a19v40n42/19404221.html>
- Fuentes, F. y Sánchez S. (2010) Análisis del perfil emprendedor: una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*. 28(3). p. 1-27.
- García A. (2017) Revisión crítica de las principales teorías que tratan de explicar la migración. *Revista Internacionales de Estudios Migratorios*. Vol. 7. No. 4. p. 198-228. Consultable en: <https://ojs.ual.es/ojs/index.php/RIEM/article/view/1963/2566>
- García, J., Álvarez, P. y Reyna, R. (2012). Características del emprendedor de éxito en la creación de PYMES españolas. *Estudios de Economía Aplicada*. Vol. 25, No. 3, p. 1-26.
- Gómez, C., Silva, M. y González, Y. (2018) El Perfil de los Empresarios y la Creación de Empresas en el Municipio de Villa Hidalgo, Jal. *Consciencia Tecnológica*. No. 55.

Enero-Junio. Consultable en: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/944/94455712002/index.html>

Hébert, R.F., y Link, A.N. (1989). In search of the meaning of entrepreneurship. *Small Business Economics*, Vol. 1. P. 39-49.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) (2020). *Censo de Población y Vivienda 2020*. Consultable en: <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>

Locke, E.A. (2000). Motivation, cognition and action: An information of studies of task goals and knowledge. *Applied Psychology: An International Review*, Vol. 49. P. 408-429.

Longenecker, J., Moore, C., Petty, W. y Palich, L. (2007). *Administración de Pequeñas Empresas. Enfoque emprendedor*. Cenange Learning Editores.

López, R. (2017). *Los extranjeros y su integración social en Estados Unidos, Francia y México*. México: Cámara de Diputados.

Lozares C. (1996) *La teoría de redes sociales*. España: Universidad Autónoma de Barcelona.

Lizarraga, A. (2019). *Centroamericanos asentados en Mexicali, Baja California: estrategias de movilidad y espacios vividos*. México [Tesis Doctoral, El Colegio de la Frontera Norte] Repositorio Institucional de El Colegio de la Frontera Norte. <https://www.colef.mx/posgrado/wp-content/uploads/2019/08/TESIS-Lizarraga-Ramos-Alma-Rosa-DEM.pdf>

Martín-Crespo, C. y Salamanca, A.B. (2007). El muestreo en la investigación cualitativa. NURE Investigación: *Revista Científica De Enfermería*, Vol. 27. p.1-4.

- Medina, R. (2015) La integración sociocultural: una visión del inmigrante latinoamericano residente en Cataluña. *Polis*. Vol. 12. No. 2. p. 141-175. México: Universidad Autónoma Metropolitana. Consultable en: <https://www.redalyc.org/journal/726/72651117004/html/>
- Moncayo, P. (2008). Emprendimiento: Un concepto que integra el ser y el hacer del sujeto. *Management. Revista de la Facultad de Ciencias Empresariales*. 17 (29). p. 33-48.
- OCDE (2001). *Entrepreneurship, Growth and Policy*. Paris: OCDE.
- Montoya-Ortiz, M. y Sandoval-Forero, E. (2018). Migrantes haitianos en México: un nuevo escenario migratorio. *Huellas de la Migración*. Año 3, número 6 Julio-diciembre. Consultable en: <https://huellasdelamigracion.uaemex.mx/article/download/11719/9430>
- Organización Internacional de las Migraciones (2019). *Glosario de la OIM sobre Migración*. Suiza:OIM. Consultable en: <https://publications.iom.int/system/files/pdf/iml-34-glossary-es.pdf>
- Pérez, B. y González, E. (2019). *Principales Características del Mercado de Valores en el Perú*. [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte] Repositorio Institucional de la Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28152/Tesis.pdf?sequence=1>
- Peterson, R., y Berger, D. (1972). Entrepreneurship in organizations. *Administrative Science Quarterly*, 16 (1). p. 97-106.
- Portes, A. (1998). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24.

- Quiroga R.F. y Mercedes, M. (2014). *Emprendimiento. Cámara de Comercio de Cali*. Colombia. Consultable en: https://www.ccc.org.co/file/2021/02/Perfil-emprededor-caleño-consolidado_.pdf
- Valencia, F., Montoya, I. y Vélez, J. (2014), Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Pensamiento y Gestión*. Núm. 36. enero-junio. p. 206-238.
Consultable en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64631418008>
- Richard A. & Nee V. (1997). Rethinking assimilation theory for a new era of immigration. *The International Migration Review*. Vol. 3, No. 4. Special Issue: Immigrant Adaptation and Native-Born Responses in the Making of Americas. p. 826-872.
Consultable en: <https://www.jstor.org/stable/2547416>
- Sánchez-Ogas, Y. (2021). *Historia de los chinos en el valle y ciudad de Mexicali*. México: Instituto de Cultura de Baja California.
- Shane, S. (2009). *The Start-Ups We Don't Need*. USA: American Enterprise Institute.
Consultable en: <https://www.aei.org/articles/the-start-ups-we-dont-need/>
- Stevenson, H.H. y Jarillo, J.C. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship. *Entrepreneurial Management. Strategic Management Journal*, Vol. 11, p. 12-27.
- Swedberg, R. (2000). *Entrepreneurship: The social science view*. New York: Oxford University.
- Tique. D., (2012) *Problemas Éticos a los que se enfrentan los profesionales de enfermería en el servicio de urgencias de la institución prestadora de salud, en Bogotá*. [Tesis Doctoral, Pontificia Universidad de Javeriana]. Repositorio Institucional de la Universidad Javeriana. <https://repository.javeriana.edu.co/>

[bitstream/handle/10554/13744/TiqueTorresDianaCarolina2012.pdf?isAllowed=y&sequence=3](https://www.researchgate.net/publication/44228445_Cambios_hacia_el_nuevo_siglo)

Varela, R. (1998). *Cambios hacía el Nuevo Siglo*. Ponencia en XII Congreso Latinoamericano sobre Espíritu Empresarial, TEC-ICESI, San José, Costa Rica. Consultable en: https://www.researchgate.net/publication/44228445_Cambios_hacia_el_nuevo_siglo

Velázquez C. (2006), Tres migraciones chinas en Baja California, 1899-1945. Revista Calafia. Vo. 1. No. 1-8. Universidad Autónoma de Baja California. Consultable en: <https://iih.tij.uabc.mx/iihDigital/Calafia/Contenido/Vol-I/Numero1-8/Tresmigraciones.htm>

Waldinger, R. (2010). Rethinking Transnationalism. *Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, Vol. 19. p. 21-28.

Wagner, W. y Kronberger, N. (2001). Killer tomatoes! Collective symbolic coping with biotechnology. En Deaux, K. y Philogène, G. *Representations of the social*. Oxford: Blackwell Publishers.

Zhikun, Y. (2018) La actividad Emprendedora de los inmigrantes. Un estudio de los emprendedores chinos en Andalucía. [Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla]. Repositorio Institucional de la Universidad de Sevilla. https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/24062/M_TD-PROV7_.pdf?isAllowed=y&sequence=1

ANEXOS

Anexo I. Entrevista

DIAGNÓSTICO DE EMPRENDIMIENTO

Objetivo: La siguiente entrevista es parte de un ejercicio de parte del programa de Doctorado en Estudios Sociales de la UABC el cual tiene como objetivo el documentar las experiencias del entrevistado con respecto al desarrollo de su emprendimiento, esta información se utilizará para el proyecto: Emprendimientos migrantes para la integración en Mexicali Baja California: El Perfil del migrante emprendedor como fuente de indicadores de una política pública incluyente, 2015-2020.

Instrucciones: Las siguientes preguntas mantendrán un carácter confidencial y su información será usada para fines académicos. Favor de responder los cuestionamientos con datos reales.



Datos Generales del Emprendedor

Nombre: Edad: Nacionalidad:

Actividad Económica

En funcionamiento Otra: ¿Cuál?

¿Ha solicitado información para el desarrollo de su negocio? Institución:

1. ¿Ha solicitado o recibido algún apoyo para su negocio? ¿Quién?
1. ¿En qué consiste mi idea de negocio?

Necesidades de su negocio

1. ¿Soy viable como empresario(Saberse emprendedor)?
1. ¿Tengo experiencia en mi emprendimiento y cuál?
1. ¿Qué necesidades técnicas y financieras?
2. ¿Dentro de su emprendimiento, cuáles son las condiciones de mobiliario e infraestructura, tiene alguna necesidad con las mismas?
3. ¿Con respecto a permisos, necesita apoyo?
4. ¿Tiene alguna idea de mejora al corto o mediano plazo para su negocio?

PLAN DE NEGOCIOS

De los siguientes puntos señale cuales son los elementos los cuales conoce de su negocio:

1. ¿Describe cuáles son los productos/servicios que ofrece a sus clientes.
2. ¿Tiene alguna estrategia de comunicación para promocionarse?
3. ¿Mi producto o servicio, cubre una necesidad de mercado o busco crearla?
4. ¿Cuál es el mercado potencial al que me dirijo?
1. ¿Cómo es mi cliente objetivo, es el mexicalense o mi paisano?
5. ¿Cómo han recibido sus servicios la gente de Mexicali?
6. ¿Cómo y cuáles son sus estrategias de venta, que te diferencia de los demás(ventaja competitiva)?
7. ¿Te ha resultado difícil emprender en Mexicali?

FODA

1. ¿Cuáles son tus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades?

Redes Sociales

1. ¿Cuenta con algún familiar en Mexicali, B.C.?
2. ¿Tiene conocidos que tengan algún negocio o estén pensando en abrir uno?
3. ¿Estos conocidos son extranjeros?
4. ¿Pertenece a algún club social o asociación?
5. ¿Tiene pensado realizar alguna asociación?
6. ¿Cuál es el objetivo de mi emprendimiento de negocio en Mexicali?

Entrevista elaborada por: A. O. A. V. datos completos.

