



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

“Explorando el emprendimiento inmigrante de los mexicanos en Quebec: una teorización fundamentada”

Martínez Arboleya, Héctor José¹

Resumen

Si bien existen trabajos sobre el aporte de los inmigrantes emprendedores mexicanos, la mayoría se han realizado en el contexto de los Estados Unidos. Esta investigación presenta un estudio exploratorio del caso de los mexicanos emprendedores en la provincia de Quebec, Canadá. Con una metodología inspirada en la teoría fundamentada (*Grounded Theory*), se realizaron entrevistas a mexicanos residentes de las ciudades de Montreal, Quebec y Gatineau-Ottawa. El objetivo fue iniciar una teorización sobre el fenómeno del emprendimiento inmigrante en un grupo y contexto poco documentado. Los resultados muestran la importancia de la experiencia previa, el apoyo familiar y la lectura del territorio para detectar oportunidades de negocios. El posicionamiento étnico, o la construcción social que se hace en la sociedad receptora sobre el grupo étnico al que pertenecen los inmigrantes emprendedores, resultó clave para la creación de empresas.

Palabras clave: Emprendimiento inmigrante, migraciones, Quebec, mexicanos

Abstract

Although there are studies on the contribution of Mexican immigrants entrepreneurs, most of them have been made in the context of the United States. This research presents an exploratory case study of Mexican entrepreneurs in the province of Quebec, Canada. A methodology inspired by Grounded Theory has been used; interviews with Mexican residents of the cities of Montreal, Quebec and Gatineau-Ottawa were made. The aim was to start theorizing the phenomenon of immigrant entrepreneurship in a group and context poorly documented. The results show the importance of previous experience, family support and reading the territory to detect business opportunities. Ethnic positioning or ethnic group social construction in the host society turned to be the key to create new immigrant business.

Keywords: immigrant entrepreneurship, migration, Quebec, Mexicans

¹ Maestría en Ciencias, Universidad Politécnica del Golfo de México, hmarboleya@upgm.edu.mx



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

I. Introducción

En los últimos años, se ha ido construyendo un campo de investigación que nos ha permitido entender mejor las causas y las consecuencias del fenómeno migratorio en el contexto de la globalización contemporánea (Massey *et al.*, 1998). En lo que respecta a las consecuencias de las migraciones, un fenómeno que ha llamado la atención de los investigadores y gobiernos es la presencia significativa de inmigrantes que emprenden sus propios negocios (OECD, 2010).

Diferentes hipótesis se han propuesto para explicar por qué los inmigrantes están sobrerrepresentados en las estadísticas del emprendimiento y el autoempleo (Cai, 2012). Se ha sugerido que las personas migrantes se autoemplean porque las sociedades receptoras no les dejan mejores alternativas (Teixeira, 2007). También se ha dicho que los inmigrantes poseen elementos culturales distintivos que los llevan tener un mayor espíritu empresarial que los locales (Ensign y Robinson, 2011). Otra idea es que las personas migrantes aprovechan la oportunidad que se les presenta al poder operar en ambientes étnicos y no étnicos (Kloosterman, 2010). Finalmente, hay quien no ve demasiada diferencia entre los inmigrantes y los emprendedores del mercado dominante (Curci y Mackoy, 2010).

De acuerdo a Wang (2012), los estudios del emprendimiento han privilegiado un enfoque de élite que enfatiza los casos de las empresas de alta tecnología, de fuerte crecimiento, orientadas a los mercados internacionales, creadas por los inmigrantes en regiones como el Silicon Valley. Esto hace que se subestime el impacto que pueden tener, las economías étnicas y las pequeñas y medianas empresas creadas por los inmigrantes. Por el lado de los estudios migratorios, se ha dedicado más esfuerzos al análisis de casos de grupos de migrantes



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

comúnmente asociados al emprendimiento como los chinos, o los coreanos (Min y Myungduk, 2010).

En el presente trabajo, se pretendió estudiar las excepciones que han sido poco exploradas por los estudiosos del emprendimiento de los inmigrantes (Fairlie y Woodruff, 2010). Esto aplica no solamente para el tipo de empresas sino en el grupo seleccionado, es decir, los mexicanos. Si bien es cierto que, dada la importancia mundial del corredor migratorio de México-Estados Unidos, los mexicanos como grupo están muy bien representados en la literatura de los estudios migratorios (Massey *et al.*, 2003), es muy poco común encontrar trabajos que den cuenta de su faceta como emprendedores. Al ser categorizados como “mano de obra”, se desdeña el aporte que pueden hacer los mexicanos que deciden integrarse a la sociedad receptora vía la creación de sus propios negocios. Esta investigación, reporta el caso de los inmigrantes emprendedores de origen mexicano en un contexto poco conocido, la provincia de Quebec.

II. Metodología

Este trabajo es el resultado de un análisis cualitativo que explora el proceso de creación de empresas por parte de los mexicanos en las ciudades de Montreal, Quebec y Gatineau-Ottawa, de la provincia de Quebec, Canadá. Se utilizó como herramienta analítica las categorías conceptualizantes (Paillé y Mucchielli, 2010).

Siguiendo los principios de la Teoría fundamentada de tipo constructivista (Charmaz, 2006), después de haber planteado el problema de investigación, se alternó la recolección de datos, la revisión de literatura y el análisis de manera continua hasta obtener categorías de análisis saturadas o completas para construir una teoría específica sobre el problema de investigación estudiado.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

Algunos criterios de selección de los informantes fueron que se tratara de inmigrantes mexicanos mayores de 18 años; residentes permanentes de la provincia de Quebec o ciudadanos canadienses de origen mexicano viviendo en alguna de las tres ciudades consideradas en este estudio; con experiencia en negocios de al menos un año ya sea con fines lucrativos, sociales o culturales. Se les realizó una pregunta central que fue ¿cómo llegaron a convertirse en empresarios en Quebec? Posteriormente, se complementaba la información con preguntas que tenían que ver con su experiencia migratoria, sus actividades empresariales y transnacionales.

III. Resultados

En primer lugar, destaca el contexto general en el que los inmigrantes llevan a cabo sus negocios, teniendo tres dimensiones. Por un lado está el contexto general, aquel que comparten los inmigrantes emprendedores con los emprendedores del mercado dominante, pudiendo tener un carácter local, nacional o global. Las reestructuraciones en los sectores económicos, las tendencias globales, las políticas públicas e incluso el discurso dominante pueden favorecer el emprendimiento y el autoempleo. Es decir, los emprendedores pueden llegar a serlo, en parte, porque encuentran un ambiente favorable que promueve y facilita el emprendimiento.

Exclusiva de los emprendedores inmigrantes, la segunda dimensión tiene que ver con el posicionamiento étnico de los emprendedores en la sociedad dominante. Se trata de la construcción social que hacen los nativos sobre la inmigración en general y sobre un grupo étnico en particular. La cantidad y calidad de información disponible en la sociedad dominante favorecerá el florecimiento de un cierto tipo de negocios entre los inmigrantes, creando una estructura de oportunidad que



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

puede ser aprovechada por los emprendedores. Asimismo, el posicionamiento étnico favorecerá o impedirá que los inmigrantes establezcan relaciones de confianza, sociedades y otro tipo de colaboraciones con los actores de la sociedad dominante. La información puede ser positiva, negativa, ambigua, escasa o nula, teniendo una delimitación espacio-temporal y un carácter dinámico.

Finalmente, el tercer elemento del contexto de los inmigrantes es su propia comunidad étnica, y en su caso, la comunidad transnacional a la que pertenezcan. Este subcontexto puede proveer al inmigrante de una serie de recursos y oportunidades para conformar una economía étnica, sirviendo como un mercado natural en el que tiene una ventaja competitiva respecto a las empresas del mercado dominante, ya que conocen y comparten los gustos, preferencias, tendencias y expectativas de consumo.

Los emprendedores son capaces de movilizar una serie de recursos que tienen a su alcance. Recursos no en el sentido económico del término, no como algo que se puede explotar, sino más bien como un medio al que se puede recurrir en caso de necesitar alcanzar un objetivo. Los inmigrantes emprendedores lo mismo recurren a sus familiares, amigos y conocidos para obtener lo necesario (financiamiento, soporte, mano de obra, infraestructura, consultoría especializada, etc.) para aprovechar e incluso generar oportunidades de negocios.

De igual manera, los entrevistados echaron mano de las experiencias previas a la creación de su empresa, es decir, al cúmulo de competencias que han ido adquiriendo en tanto en su trayectoria migratoria como en su incorporación en la sociedad dominante. Sea dentro de la industria en la cual a la postre fundan su empresa, o creando empresas tanto en el territorio de origen como en el receptor, las experiencias previas parecen ser determinantes para que ciertos mexicanos



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

decidan fundar sus propias empresas en Quebec, ya que además proveen al emprendedor de una serie de contactos clave para concretar negocios.

Quizá sean esas experiencias, incluyendo la propia migración, lo que les permite gestionar mejor sus emociones, venciendo los miedos propios del riesgo que implica aventurarse en algo desconocido. Los inmigrantes emprendedores se han hecho tolerantes a la incertidumbre. El contexto les ha llenado de obstáculos que han sabido sortear. Crisis, tensiones y choques que, al resistirlas, los hacen convertirse en actores capaces de transformar su territorio.

Movilizando los recursos que tienen a su alcance, los inmigrantes establecen estrategias de entrada al emprendimiento. Se lanzan a negocios de múltiples maneras que van desde la vía informal hasta la vía estructurada, pasando por una vía mixta. Esos modos de entrada, determinarán la viabilidad a largo plazo de la empresa, la rentabilidad de la misma, la calidad de vida del emprendedor y el paso de la economía étnica al mercado dominante.

Una vez que los emprendedores inmigrantes han estabilizado sus negocios logrando sobrevivir a la inestable fase de creación y lanzamiento, se puede decir que se convierten en actores endógenos. Ahora tienen más motivos para arraigarse en la sociedad receptora e intentar transformar y marcar el territorio. Han abierto puertas y seguirán abriendo otras incluso para sus connacionales de reciente llegada.

El periodo siguiente a la creación de los negocios de los inmigrantes incluye mucho trabajo al interior de la organización para estructurarla y consolidarla. Posteriormente, los emprendedores ampliarán sus redes sociales dándose a conocer, recibiendo el reconocimiento tanto de su grupo étnico como de la



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

sociedad dominante. En este intercambio de experiencias, conocerán a otros emprendedores, se asociarán e incluso los asesorarán. Estas asociaciones se pueden hacer con actores del propio grupo étnico, de otro grupo o con personas de la sociedad dominante. Por ejemplo, los mexicanos solicitantes de asilo han ido construyendo un nicho laboral en la industria de la limpieza estableciendo lazos de colaboración con los italianos de la construcción en Montreal.

Adquiriendo visibilidad personal debido a su éxito empresarial, los emprendedores se convierten en una especie de promotores culturales contribuyendo a reforzar el posicionamiento étnico positivamente en la sociedad dominante. La construcción social a nivel local de lo mexicano dependerá en parte de lo que puedan hacer estos emprendedores. Si trabajan asociados, colaborando con otras comunidades étnicas y con las instituciones gubernamentales, pueden lograr cambios en el contexto general de los futuros emprendedores. Es tiempo de buscar otras posibilidades más allá de su actividad empresarial.

El proceso de aprendizaje no se detiene. En esta etapa se aprenderá de los errores cometidos durante la etapa previa y al inicio del negocio. Si es el caso, el emprendedor buscará salir del auto explotación y de los mercados que oprimen el crecimiento de su empresa. La búsqueda de acceso al mercado dominante será una alternativa real. Hacer que su empresa esté más estructurada e institucional ocupará gran parte de su tiempo. Asimismo, es tiempo en el que se comienza a reflexionar en torno al desempeño (*performance*). Además de valorar el desempeño por medio de indicadores económicos o financieros, lo evaluará subjetivamente con indicadores como el sentimiento de orgullo o satisfacción de haber conseguido las metas planteadas. También le reconfortará la idea de “haber hecho bien las cosas”.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

IV. Conclusiones

La creación de empresas va más allá de un mero acto de racionalidad económica, de uso de recursos para arriesgar un capital y agregar valor. Se trata también de una búsqueda de acceso a espacios que normalmente les son negados a los emprendedores. El emprendimiento como proceso de territorialización, permite a los inmigrantes pasar de ser actores exógenos a endógenos en la sociedad receptora.

El contexto en el que operan los emprendedores también tiene importancia. Aunque la estructura no condicione su capacidad de acción, si condiciona el tipo de acción que pueden llevar a cabo. Los emprendedores pueden tener una estructura de oportunidad más ventajosa en la medida que su grupo étnico esté bien posicionado en la sociedad dominante. Se recomienda a las instituciones mexicanas con presencia en Quebec, no dejar que el posicionamiento se fije únicamente de manera natural con las acciones cotidianas de los migrantes, sino continuar diseñando instrumentos para incidir estratégica y positivamente en la percepción de lo mexicano en Quebec.

Entre los determinantes del emprendimiento de los inmigrantes que se identificaron en el trabajo de campo, destacan las experiencias previas que facilitan la movilización de una serie de recursos sociales, cognitivos y emocionales durante la etapa de la creación de las empresas. El inmigrante no enfrenta solos el proceso de emprendimiento, más bien se trata de un fenómeno colectivo en el que la participación de los familiares y amigos cercanos resulta fundamental.

Una vez que los emprendedores establecen sus empresas, pueden tener diversos impactos en la comunidad. Desde darle mayor visibilidad a su grupo étnico



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

consolidando redes de negocios; sirviendo de modelo para los migrantes de reciente llegada, para presentarles otras maneras de vivir la migración; hasta convertirse en una especie de promotores culturales que fortalezcan en el mercado dominante el posicionamiento étnico de los mexicanos.

V. Bibliografía.

CAI, Li *et al.* (2012) A general review of entrepreneurship research (1998 to 2010): Theoretical implications, management applications and future research directions. *African Journal of Business Management*, 6(2) : 474-492.

CHARMAZ, Kathy (2006) *Constructing Grounded Theory. A practical guide through qualitative analysis*. Londres. Sage Publications.

CURCI, Roberto et MACKOY, Robert (2010) Immigrant business enterprises: A classification framework conceptualization and test. *Thunderbird International Business Review*. 52(2) : 107–121.

ENSIGH, Prescott C et ROBINSON, Nicholas C. (2011) Entrepreneurs because they are Immigrants or Immigrants because they are Entrepreneurs? : A Critical Examination of the Relationship between the Newcomers and the Establishment. *Journal of Entrepreneurship*, 20(1) : 33-53.

FAIRLIE, Robert et WOODRUFF, Cristopher M. (2010) Mexican-American Entrepreneurship. *The BE Journal of Economic Analysis & Policy*, 10(1). [En ligne] <http://www.degruyter.com/view/j/bejeap.2010.10.1/bejeap.2010.10.1.2479/bejeap.2010.10.1.2479.xml> Página consultada el 4 de diciembre de 2012.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”

Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

KLOOSTERMAN, Robert (2010) Matching opportunities with resources: A framework for analysing (migrant) entrepreneurship from a mixed embeddedness perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(1) : 25–45.

MASSEY, Douglas *et al.* (1998) *Worlds in motion, understanding international migrations at the end of millennium*. New York, Clarendon Press Oxford.

MASSEY, Douglass S. *et al.* (2003) *Beyond smoke and mirrors. Mexican immigration in an era of economic integration*. New York, Russell Sage Foundation Publications.

MIN, Zhou, et MYUNGDUK, Cho (2010). Noneconomic effects of ethnic entrepreneurship: A focused look at the Chinese and Korean enclave economies in Los Angeles. *Thunderbird International Business Review*, 52(2) : 83-96 [En línea] « doi:10.1002/tie.20316 » Página consultada el 24 de abril de 2012.

OECD (2010) *Open for Business. Migrant entrepreneurship in OECD Countries*. OECD Publishing.

PAILLÉ Pierre et MUCCHIELLI, Alex (2010) *L'Analyse Qualitative en Sciences Humaines et sociales*. 2^e. Éd. Paris. Armand Colin.

TEIXEIRA, Carlos *et al.* (2007) Immigrant entrepreneurship, institutional discrimination, and implications for public policy: A case study in Toronto. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 25(2) : 176-193.

WANG, Qingfang (2012) Ethnic Entrepreneurship Studies in Geography: A Review. *Geography Compass*, 6(4): 227-240.