

EL CASO DEL CENTRO DE MEXICO.

COMUNIDADES TRANSNACIONALES DE NORTEAMÉRICA Y CULTURA EMPRESARIAL:

Dra. Ana Isabel Roldán Rico
Dr. Gabriel Muro González

INTRODUCCIÓN:

Desde hace varias décadas se han configurado procesos notables de interconexión e influencia social en Norteamérica que apuntan, entre otros aspectos, hacia la asimilación de patrones culturales, sobre todo en espacios donde se han formado comunidades transnacionales. En éstas se dan intercambios y una transmisión cada vez más evidente de concepciones sociales, valores, costumbres y hábitos, que tal vez tiendan a una uniformidad cultural en amplias zonas de los tres países que conforman la Región de América del Norte (Canadá, Estados Unidos y México). Tal tema, aunque ya es abordado por varios estudiosos, tiene una enorme gama de aristas por explorar o por profundizar.

Una de ellas es la cultura empresarial, que podría estarse desarrollando en las comunidades transnacionales. Analizarlo, con la complejidad que implica, resulta aún más conveniente cuando se avecina una época especialmente crítica por la recesión mundial, el aumento de restricciones a la migración, la expulsión más intensa de migrantes ilegales y, por consiguiente, la disminución drástica de las remesas enviadas por éstos.

A diferencia de los estudios sobre comunidades transnacionales realizados, que han mostrado su integración, su interconexión entre las zonas de origen y de recepción, y su operación para el envío de remesas, entre otros aspectos, nuestro estudio avanza en conocer las formas culturales que han adoptado sus integrantes en términos de comportamiento económico y de tendencia a la empresarialidad, los nuevos patrones y modelos de organización que se han conformado y su impacto en las regiones donde tienen presencia. Todo lo cual podría conducirnos a vislumbrar algunos cambios específicos en la cultura empresarial de los mexicanos migrantes.

La investigación que presentamos en este Congreso de ALAS avanza en develar cómo se están configurando formas culturales en las comunidades transnacionales y en particular en la generación de una cultura empresarial en los espacios influidos por estas comunidades.

FUNDAMENTOS CONCEPTUALES

El marco conceptual se basa inicialmente en tres categorías: 1) *Comunidades transnacionales*, que remite a los grupos étnicos organizados e interconectados en varios países, con relaciones identitarias institucionalizadas entre sus miembros; que suscitan diversas formas de cooperación y ayuda, tanto en la zona de origen como en la de recepción, y que funcionan como entidades de resocialización; 2) *capital social*, como el conjunto de recursos (reales y potenciales), redes de relación y confianza y normas que rigen las formas de interacción en una sociedad determinada, y 3) *cultura empresarial*, como el conjunto de saberes y maneras de proceder, recurrentes y eficaces, de individuos con don de liderazgo para crear, dirigir y desarrollar empresas, sean éstas tradicionales o sociales.

Consideramos que los sujetos de estudio adquieren una cultura empresarial en la medida en que su *configuración subjetiva* los provee de los elementos necesarios para ello. La configuración subjetiva remite a condicionantes estructurales, como el contexto geográfico, histórico-cultural y familiar, de los sujetos, pero también apunta hacia procesos de socialización que suscitan en ellos sentido y *agencia* para crear y modificar patrones culturales (De la Garza, 2001a y 2001b; Hernández, 2004).

La categoría cultura empresarial significa que sus atributos se adquieren desde el contexto global en que nacen y/o se desarrollan los individuos. Quien nace en una familia o en una región con tradición empresarial, tendrá muchas más probabilidades sobre los demás para desempeñarse como empresario; pero también otros factores pueden influir en ello, como el estudiar en centros con una visión empresarial, convivir con empresarios, o participar en espacios donde se transmiten concepciones sociales, valores, tradiciones, costumbres, hábitos, que conforman la cultura empresarial.

El ser empresario conlleva la cualidad de liderazgo (Schein, 1992), que implica una gran capacidad de influencia social. Sin embargo, tal cultura no es homogénea, puesto que hay estilos, en términos de su amplia composición regional, vgr. japonesa, europea, latina (Dávila y Martínez, 1999 y Montaña Hirose, 2001); en actitudes frente a situaciones histórico-geográficas, como la distancia de los empresarios con el poder político o la tutela gubernamental (Hernández, 2004); en relación a la actividad económica: industrial, comercial, financiera, o bien, de apoyo social.

El enfoque teórico de la investigación entonces conduce a examinar los condicionantes estructurales en los sujetos y sus procesos de socialización para adquirir una cultura empresarial. En este caso, centrado en las comunidades transnacionales.

Una comunidad es el conjunto de relaciones sociales construido a lo largo de una historia en la que han participado distintas generaciones. En esta construcción social se conforman tradiciones, formas de hacer, de sentir y de pensar colectivamente y determinan la identidad de la comunidad. La identidad permite que los miembros se autodefinan como parte de ella y compartan representaciones simbólicas de ese grupo social. (Roldán, 2005)

El concepto de *transnacionalismo* se orienta a comprender las nuevas prácticas producto de la migración acelerada de los últimos años y el cambio social que está ocurriendo; tal concepto evoca la relación que los migrantes mantienen entre dos sociedades y culturas, explotando las oportunidades económicas y políticas creadas en esa dualidad; sin embargo, los beneficios y facilidades obtenidas de esta relación dual sólo es privativa de ciertos grupos (Portes y DeWind, 2007).

En el *campo transnacional migrante*, los individuos son, a través de sus actividades y relaciones cotidianas, influenciados por leyes e instituciones en varios niveles de las que se generan diferentes categorías de identidad. (Canales y Zolniski, 2000)

En este contexto la decisión de crear empresa no responde sólo a criterios económicos, sino que configura un complejo sistema de intercambios de bienes materiales, pero también culturales y simbólicos que dan forma a las relaciones que el transnacionalismo migratorio provoca.

Las formas culturales y de identidad construidas en el seno de las comunidades transnacionales han motivado la creación de más de cuatrocientos clubes y asociaciones de origen mexicano establecidos en Estados Unidos, mismos que mantienen una participación creciente y relevante en la canalización de recursos económicos, cambios culturales e influencia política hacia sus lugares de origen.

En esta dinámica adquiere significado el capital social construido, en el seno de estas comunidades transnacionales, como resultado de una estrategia de inversión de tiempo y esfuerzo con el fin de procurar beneficios mutuos en el futuro. Se convierte en el medio para hacer posible el logro de ciertos fines que de otro modo serían muy difícilmente alcanzables entre los miembros de las comunidades. En muchos sentidos el capital social hace referencia al grado en el que los individuos dependen unos de otros (Coleman, 2007).

El sintético planteamiento del marco teórico que guía la investigación pretende sustentar la idea de que las nuevas prácticas económicas de muchos mexicanos, que han migrado a Estados Unidos y Canadá, están directamente relacionadas con la proliferación y consolidación de comunidades transnacionales que, a través de la resocialización a sus miembros, son capaces de construir capital social, de modo tal que se ha conformado una nueva cultura empresarial que comparten muchos de ellos. Esto implica un cambio importante en su acción social y en el medio social donde habitan, en este caso la región del centro de México, lugar de nuestro estudio.

DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN.

La migración mexicana ha mostrado en los últimos años, una nueva forma de relación social y de desarrollo local, debido a que entre los migrantes más exitosos hay una tendencia a invertir sus ahorros en la formación de empresas o negocios personales.

Nuestra investigación se centra en analizar cómo tal tendencia ha operado en el centro de México (Hidalgo, Querétaro, Guanajuato) y cómo se diferencia de lo que ocurre en regiones del país donde ha sido mucho más significativa. La forma de hacerlo es considerando sobre todo dos elementos sociales que explican su presencia: las comunidades transnacionales y la cultura empresarial. Así pues, el principal objetivo es indagar por qué están enlazados y cómo operan.

En términos empíricos, encontramos que en nuestra región de estudio no se han configurado suficientes comunidades transnacionales para que este fenómeno sea socialmente significativo. Por consiguiente, pretendemos explicar las razones por las cuales ocurre de esta forma.

La metodología empleada es cualitativa; por tanto, las experiencias que narramos a continuación se basan en la historia personal de los informantes. Se realizaron alrededor de cien entrevistas en el trabajo de campo, de las cuales tomamos los ejemplos más significativos.

LOS MIGRANTES EMPRESARIOS, UNA TIPOLOGÍA.

Primer caso: empresas “espejo”

En esta categoría clasificamos aquellas empresas que surgen por iniciativa familiar y que deciden aprovechar la ventaja que les da tener familiares en ambos lados de la frontera.

Creaciones “*D’Cardo*”, es una cooperativa integrada por siete mujeres que se dedican a los bordados tradicionales indígenas aplicados en diversas prendas de vestir. Entre los objetivos de este negocio está el tratar de mantener viva su cultura indígena, su tradición, sus costumbres y su vestuario bajo sus formas tradicionales, que son los bordados hechos a mano. La innovación consiste en que los bordados se hacen sobre telas de alta calidad para exportarlas a boutiques de Estados Unidos, aprovechando el gusto por las manifestaciones étnicas. Sus ventas no son muy altas debido a que son artículos exclusivos.

La migración influyó significativamente en el desarrollo de una cultura de negocios, debido a que un familiar había trabajado en diferentes maquiladoras en los Estados Unidos y, a partir de sus aprendizajes derivados logró aplicar muchos de esos principios en las actividades de la cooperativa.

“Es una innovación respecto de lo que se está haciendo, se pretende respetar las culturas y tradiciones pero adecuándola a una nueva manera de hacer negocios....”

Otra empresa, Nopalera La Rielera, fue iniciada hace veinte años y ha transitado por diferentes momentos de la producción; desde la compra de tierras y maquinaria para producir nopal a gran escala, hasta el producto final que es una ensalada o botana envasada en botellas de vidrio.

Los propietarios tuvieron que contratar técnicos para cada etapa, desde la siembra, procesamiento, envasado, distribución y venta; así como, la asesoría de instituciones gubernamentales para exportarlo a Estados Unidos ya que es necesario pasar los filtros de la Food and Drug Administration.

La familia tiene su distribución tanto en Urireo, Guanajuato en México; como en Escondido, California en Estados Unidos; donde vive un hermano que es el principal inversionista del negocio y el distribuidor en aquella zona. Allá se vende mejor la mercancía ya que aprovechan el “mercado nostálgico”, para los migrantes que buscan los sabores de su tierra.

A pesar de tantas adversidades vividas durante veinte años la motivación de la familia no ha decaído. A pregunta expresa de ¿cuál es el impulso que lo lleva a continuar?, responde:

“es el esmero, la voluntad; además la tenacidad para superar los obstáculos y salir adelante”.

Y concluye, “ser empresario me ha redituado muchos conocimientos que no hubiera adquirido de otra manera”.

Reflexión: Estas dos experiencias nos revelan los fuertes vínculos que establece un grupo social con la explotación de los recursos existentes a su alrededor, por ser estos su principal fuente de reproducción económica. La cultura empresarial derivada de esta relación tiene como principios el conservar y potenciar los conocimientos adquiridos por los pobladores a lo largo de su trayecto histórico. Un papel relevante en el impulso de este tipo de negocios es la presencia de la Incubadora de Empresas SIHGO. Estas organizaciones promotoras del desarrollo buscan potenciar en los emprendedores habilidades y actitudes para incrementar su organización basada en los principios de la empresa. El conjunto de valores que reciben por la asesoría de estas promotoras del desarrollo no se queda sólo entre los migrantes, se expande a otros pobladores locales que, según sus opiniones, buscan generar oportunidades de empleo para evitar que parientes o vecinos tengan que migrar en busca de trabajo.

Segundo caso: Cultura empresarial descontextualizada.

En este grupo incluimos a los empresarios que enfrentan dificultades para adaptar su experiencia laboral obtenida en Estados Unidos a la realidad mexicana.

El señor “Juan” aprendió alfarería desde muy joven, posteriormente alguien le recomendó que fuera a Estados Unidos donde podría ganar mucho dinero con lo que sabía hacer.

Allá aprendió a tallar muebles artísticos de gran calidad y variados estilos; logró construir su propio taller y se convirtió en empresario empleando a varios trabajadores. Su especialidad era la reconstrucción de muebles antiguos para venderlos en galerías y subastas por altas cifras de dinero y que eran adquiridos por personajes de mucho prestigio.

Después de varios años regresa a México donde cree que podrá vender sus obras de arte (muebles), pero el negocio no le genera los ingresos esperados; es un artista que no puede vender sus obras porque, como él menciona, “*no hay cultura para valorar lo que hace*”.

El retorno le afecta a nivel económico y anímicamente por lo que decide crear alguna empresa en la localidad en que vive; recurre a varias instancias gubernamentales solicitando asesoría y capacitación, además de ayuda económica para adaptar su negocio a las condiciones locales; sin embargo, no obtiene respuesta.

Reflexión: Este caso muestra que los aprendizajes empresariales requieren de un contexto propicio, estimulado no sólo por los mismos emprendedores, sino también por las oportunidades que puedan ofrecer instancias gubernamentales comprometidas con iniciativas empresariales, a fin de fortalecer la economía regional; no es suficiente que haya emprendedores si éstos no encuentran el nicho adecuado para desarrollar una cultura empresarial.

Tercer caso: Innovación de la herencia familiar.

Aquí agrupamos a los empresarios que debido a su experiencia lograda en Estados Unidos realizan innovaciones a las empresas familiares.

Grupo “Caballero” es una empresa especializada en la fabricación de productos elaborados con fibra de vidrio (puertas, lanchas, artículos decorativos). El negocio original fueron productos de madera; pero al encarecerse ésta, los obligó a cambiar el equipo y aprender una tecnología más sofisticada como es la fibra de vidrio. En este cambio fue crucial la experiencia de un yerno, que había trabajado en Estados Unidos con ese material.

Del catálogo de productos que elaboran cada rama es administrada de forma independiente por cada socio (todos hermanos), sólo en casos que la producción lo requiere trabajan en colaboración.

“todo lo aprendimos en la práctica, ayudando en el negocio familiar... aunque hay altibajos, hemos logrado ventas que nos obligan a contratar entre 60 y 70 trabajadores eventuales, la innovación exige una mejor capacitación de los empleados; pero sobre todo de los dueños”.

Su éxito ha inspirado a otros fabricantes locales a crear negocios similares ocasionando un clima de competitividad en la zona.

Reflexión: La cultura empresarial configurada en este caso tiene como principal característica la herencia de valores que originaron empresas familiares (calidad del producto, responsabilidad mutua, trabajo sin pago, solidaridad en tiempos difíciles) pero que requieren innovaciones tanto en sus procesos de producción como en la administración de la empresa, tanto para satisfacer la demanda de productos, como para seguir siendo ejemplo de competitividad en sus comunidades de influencia.

Cuarto caso: Empresas de retiro, conclusión de la vida laboral en E. U.

En este grupo están los empresarios que al concluir su vida laboral deciden invertir sus ahorros en empresas siguiendo los principios aprendidos de los patrones con los que trabajaron.

El señor Javier trabajó cuarenta años en Estados Unidos, al obtener la ciudadanía pudo emplearse en un hospital (área de farmacia) durante veintidós años. Al retornar a México decide (junto con sus hermanos que también fueron migrantes), comprar una gasolinera, como no tenían conocimiento del negocio, contrataron a un administrador y un contador.

El negocio creció a pesar de no conocerlo bien, gracias al asesoramiento, a su tenacidad y aplicando los aprendizajes obtenidos en su trabajo anterior. Después de diez años la familia cuenta con tres gasolineras, son propietarios de autobuses foráneos y de otros negocios relacionados con transportes.

“mi éxito se debe a que sé valorar el trabajo que tengo, realizarlo con calidad, siempre ahorrar y buscar la forma de hacer desde pequeñas hasta grandes inversiones. Ser empleado o empresario siempre conlleva una responsabilidad, para tener buenos resultados se debe hacer con la mayor calidad posible”

Su experiencia como empleado lo dotó de aprendizajes que posteriormente pudo aplicar como empresario.

Otro caso, el señor Samuel también emigró muy joven a los 15 años; recorrió varios estados y se refiere USA como un “glorioso país” ya que le dio empleo y seguridad para su vejez.

Pudo ahorrar, en base a su esfuerzo y privaciones, una cantidad importante con la cual construyó un hotel de veintidós habitaciones. Era su objetivo al regresar a México, ya que cuando era pequeño iba a las grandes ciudades y veía los edificios que construían como hoteles, desde entonces se sintió atraído por la misma idea.

El negocio no le resultó como esperaba, actualmente se encuentra endeudado y las presiones económicas son tantas que en ocasiones regresa a trabajar a Estados Unidos para conseguir algo de dinero. Adjudica su fracaso a la corrupción existente en el país, ya que en cualquier trámite hay que pagar cuotas extras a los funcionarios, por lo que ha decidido vender el hotel y regresar con su familia a Estados Unidos.

“como muchos paisanos, yo decidí que al retirarme iba a vivir en México, pero la corrupción es tanta que hace imposible iniciar un negocio que le garantice una vejez digna.... Por eso muchos

paisanos sólo compran casas, terrenos o tractores para rentarlos, no piensan invertir en empresas y crear empleo”

Reflexión: Dos casos de desarrolladores con resultados diametralmente opuestos, ninguno conocía la forma de administrar una empresa, pero una visión diferente fue la que guió su expansión comercial.

Para el primer caso, crear empresas es un mecanismo para generar riqueza, evalúa ventajas (un negocio a la vez) y minimiza riesgos (contrata especialistas); y aplica los saberes que consideró exitosos en sus empleos anteriores.

El segundo, quizás más tradicional, considera un negocio “exitoso” porque le ha dado resultado a otros; durante la entrevista no remite a personas, o actos, como referencias de buenas prácticas empresariales, a los cuales podría imitar. Sin embargo, tiene razón al considerar que el fracaso de empresas, pequeñas o grandes, se debe a la corrupción imperante en las oficinas gubernamentales.

Reflexiones finales

La tendencia de los migrantes a invertir en empresas y negocios es notable en regiones cuya experiencia migratoria es de larga duración, por ejemplo: Jalisco, donde un 30 por ciento de los migrantes de retorno habían cambiado su estatus de asalariados para convertirse en empleados por cuenta propia (Papail, 2002 y Arroyo y Berumen, s/f) y en Zacatecas, donde gran cantidad de migrantes han instalado negocios de diferentes tamaños y géneros (Moctezuma, 2007).

Nuestro estudio no se basa en datos estadísticos, orientamos nuestra metodología a considerar aspectos de la configuración subjetiva en los cuales se sustenta la decisión de conformar empresa: 1) su contexto regional, 2) sus rasgos socioeconómicos, 3) sus antecedentes familiares y 4) sus grupos de referencia.

El contexto regional de la zona de estudio.

Consideramos tres zonas con diferentes grados de marginación y de componentes rurales, todos ellos con altos índices de migración debido a la permanente escasez de empleo, por su carácter predominantemente agrícola de bajo rendimiento y de pequeños comercios.

En estas zonas los migrantes cuentan con pocas oportunidades para su educación, debido a su carácter predominantemente rural, a sus condiciones históricas de pobreza y a la lejanía de los centros de desarrollo urbano-industrial.

En lo referente a la ascendencia familiar, es posible deducir un muy bajo nivel de desarrollo empresarial. En las regiones no es notable una tradición de comercio, producción de manufactura o artesanía; la mayoría pertenecen a la primera generación de empresarios; sin embargo, la idea de tener un negocio era concebida como la única forma posible de salir de la pobreza.

Grupos de referencia

Por lo dicho anteriormente, la decisión empresarial parece encontrar el vínculo en su experiencia de trabajo transnacional, y al aprendizaje obtenido en los lugares de trabajo. Resalta que varios de ellos tuvieron una estrecha relación con los patrones o los mayordomos de las empresas donde trabajaban.

Por tanto, el que los habitantes de esta región desarrollen actividades empresariales, obedece sólo a la voluntad de hacerlo, a pesar de enfrentarse a distintas adversidades como los pocos años de estudio formales, principal limitación para la decisión empresarial.

Por otro lado, los grupos de referencia de estos empresarios no han sido los clubes o asociaciones de migrantes en Estados Unidos; ya que estas organizaciones son creadas recientemente. Sus aprendizajes provienen de la experiencia en sus lugares de trabajo, como ya mencionamos, y por el interés de

adaptarla a las condiciones de sus comunidades de origen, o a sus experiencias familiares, aprovechando los nichos de oportunidad que les ofrecía un ciclo de expansión comercial debido a la derrama de remesas que llegaban de Estados Unidos y, también por el hecho de que varias de esas comunidades se estaban convirtiendo en centros de mercado local debido a la inversión en infraestructura para el desarrollo fomentada por los programas gubernamentales en sus tres instancias (federal, estatal y municipal).

Durante los últimos años se han creado programas exitosos para potenciar la inversión productiva de las remesas como el Programa 3 X 1; que consiste en crear fondos de inversión de la siguiente manera: por cada dólar que invierte un club de migrantes oriundos de una comunidad, los gobiernos federal, estatal y municipal invierten un dólar más. Otro Programa 4 x 1; que sigue el modelo de inversión gubernamental y donde el cuarto lugar lo ocuparía un centro de estudios superiores o algún grupo empresarial.

Finalmente, esta investigación nos muestra que la experiencia migratoria encierra una rica fuente de actividad empresarial que requiere estudiarse más profundamente.

Referencias bibliográficas

ARROYO, Jesús y Salvador BERUMEN (s/f), *La ley de población y la migración de mexicanos a Estados Unidos*. Manuscrito no publicado.

CANALES, Alejandro y Christian ZLOLNISKI (2000), “Comunidades transnacionales y migración en la era de la globalización”. Ponencia presentada en el *Simposio sobre Migración Internacional en las Américas*. San José, Costa Rica, 4 al 6 de Septiembre de 2000. Página web de la [Comisión Económica para América Latina y El Caribe](#)

CANALES, Alejandro e Israel MONTIEL (2004), Remesas e inversión productiva en comunidades de alta migración a Estados Unidos. El caso de Teocaltiche, Jalisco. en *Rev. Migraciones Internacionales*. enero-julio año/vol 2, número 003, Colegio de la Frontera Norte.

CASTLES, Stephen (2000) *Ethnicity and globalization: from migrant workers to transnational citizens*. London Sage.

Consejo Nacional de Población. CONAPO (2000) “Las remesas enviadas a México por los trabajadores migrantes en Estados Unidos”. en *Situación Demográfica de México 1999* Consejo Nacional de Población. México

CORONA, Rodolfo (2000) “Monto y uso de las remesas en México” en Rodolfo Tuirán (coord.) *Migración México-Estados Unidos. Opciones de Política*. Consejo Nacional de Población. México.

DÁVILA, Anabella y Nora H. MARTÍNEZ (Coords.) (1999), *Cultura en organizaciones latinas. Elementos, Injerencias y evidencias en procesos organizacionales*. México: ITSM/Siglo veintiuno.

DE LA GARZA, Enrique (2001a), “Subjetividad, cultura y estructura”, en *Revista Iztapalapa*, no. 50. México: UAMI.

DE LA GARZA, Enrique (2001b), “La epistemología crítica y el concepto de configuración”, en *Revista Mexicana de Sociología*, No. 1, enero-marzo. México:

IISUNAM, pp.

GUARNIZO, Luis. E. (2003) “The Economics of Transnational Living” en *International Migration Review*, Vol. 37, No. 3.

HERNÁNDEZ R., Marcela (2004), *La cultura empresarial en México*. México: Miguel Ángel Porrúa/Cámara de Diputados/Universidad Autónoma de Aguascalientes.

LEVITT, Peggy y Nina G. SCHILLER (2004) “Conceptualizing Simultaneity: A Transnational social Field Perspective on Society” en *International Migration Review* Vol. 38 No. 3 (fall 2004) pp. 1002-1039.

LOPEZ E., Mario (2006) *Remesas de mexicanos en el exterior y su vinculación con el desarrollo económico, social y cultural de sus comunidades de origen*. Estudios sobre migraciones internacionales No. 59, OIT, Ginebra.

LOZANO, Fernando (2005) “Hogares receptores de remesas en México: límites y posibilidades para el desarrollo local y regional”. The Center for Migration and Development Working Paper #05-02n. Princeton University. USA.

(2006) Tendencias recientes de las remesas de los migrantes mexicanos en Estados Unidos. Internet <http://repositories.cdlib.org/usmex/lozano-fernando>

MARTINEZ, Nora (1999), “Crisis financiera, toma de decisiones y cultura organizacional, en Anabella Dávila y Nora H. Martínez (Coords.), *Cultura en organizaciones latinas*. México: ITESM/Siglo Veintiuno, pp. 161-191.

MENDEZ LUGO, Bernardo (2011), *Migración mexicana transnacional*. Consultado en: <http://www.nodulo.org/ec/2006/n058p16.htm>, 1/06/2013.

NEIRA, F. y M. GIRALDO (2006) Prácticas económicas de migrantes latinoamericanos: el caso de Colombia, República Dominicana y El Salvador, en *Migraciones internacionales*, julio-dic., año 3, número 004. Colegio de la Frontera Norte. México.

MOCTEZUMA, Miguel (2007), *Entusiasmo estatal por la inversión productiva de los mexicanos que residen en el extranjero*. Revista Digital de la Universidad Autónoma de Zacatecas, Nueva época. Publicación cuatrimestral. Enero-Abril 2007, volumen 3, número 1.

PAPAIL, Jean (2002), “De asalariado a empresario: la reinserción laboral de los migrantes internacionales en la región centro-occidente de México”, en *Revista Migraciones Internacionales*, julio-diciembre, vol. I, no. 003. Colegio de la Frontera Norte.

(2004) *Les dollars de la migration mexicaine*. Ed. l'Hartman, Paris

PORTES, Alejandro y Josh DE WIND (2004) “A Cross-Atlantic Dialogue: The Progress of Research and Theory in the Study of International Migration”. en *International Migration Review* Vol. 38 No. 3 (Fall 2004) pp 828-851

(2007) *Repensando las migraciones. Nuevas perspectivas teóricas y empíricas*. Instituto Nacional de Migración/Universidad Autónoma de Zacatecas/Miguel Angel Porrúa. México.

REYES, Rafael., A. GIJON-CRUZ A. YUNEZ y R. Hinojosa (2004) “Características de la migración internacional en Oaxaca y sus *Impactos en el desarrollo regional*” en Raúl Delgado Wise y Margarita Favela (Coords.) *Nuevas Tendencias y Desafíos de la Migración Internacional México-Estados Unidos*. H. Cámara de Diputados, LIX Legislatura-Universidad Autónoma de Zacatecas-UNAM, CIICyH. Miguel Ángel Porrúa.

RIVET, Philippe (2005) “L’impact des envois de fonds des migrants sur le développement des petites localités marginalisés au Mexique. INRS-Urbanization, culture et société. Theses.

ROLDÁN, Ana, A. DIAZ, S. GARCIA y L. OSORIO (2007), *Migración, capital social y desarrollo regional. Estudio de caso de dos regiones en Querétaro*, México. Mimeo.

TORRES, Federico (2001) “El Capital de los migrantes: Un gigante dormido” en www.iadb.org/IDBDocs.cfm?docnum=563516

(2003) “Uso productivo de las remesas en México, Centroamérica y la Rep Dominicana”. www.remesasydesarrollo.org/uploads/media/UsoAbusoRemesas2006.pdf

SCHEIN, Edgar (1992), *Organizational Culture and Leadership*, 2a ed. San Francisco, Ca.: Jossey-Bass Publishers.

SMIRCICH, Linda (1983), “Concepts of culture and organizational analysis”, en *Administrative Science Quarterly*, Vol. 28, No. 3, pp. 339-358.

TORRES, Federico (2001), *El capital de los migrantes, ¿un gigante dormido?* Mimeo.

VINAGRE, Haroldo (1999), “Cambio organizacional en la flexibilidad cultural de Brasil”, en Anabella Dávila y Nora H. Martínez (Coords.), *Cultura en organizaciones latinas*. México: ITESM/Siglo Veintiuno, pp. 209-224.

VALENZUELA, Blas (2007) *Economías étnicas en metrópolis multiculturales: empresarialidad sinaloense en el sur de California*, Colección Nueva América del Norte, México, DF.

ZARATE-HOYOS, Germán (2004) “Consumption and remittances in migrant households toward a productive use of remittances” *Contemporary Economic Policy* Vol. 22, No. 4, October 2004)