



Recepción: 07 / 02 / 2018

Aceptación: 15 / 04 / 2018

Publicación: 01 / 09 / 2018



Ciencias económicas y empresariales

Artículo de investigación

Las motivaciones del emprendedor inmigrante: El efecto en la gestión de negocios y en los resultados financieros

The motivations of the immigrant entrepreneur: The effect on business management and financial results

As motivações do empreendedor imigrante: o efeito na gestão de negócios e resultados financeiros

Luís E. Valdez-Juárez ^I

levaldez@itson.edu.mx

Elba A. Ramos-Escobar ^{II}

elba.ramos@itson.edu.mx

Correspondencia: levaldez@itson.edu.mx

^I Docente del Instituto Tecnológico de Sonora, Obregón, México.

^{II} Docente del Instituto Tecnológico de Sonora, Obregón, México.

Resumen

El propósito de este artículo es analizar las motivaciones de los inmigrantes emprendedores y cómo influyen en la gestión empresarial y en la rentabilidad de las empresas establecidas en la ciudad de Tucson Arizona en Estados Unidos de Norteamérica. La investigación está fundamentada en una muestra de 125 empresas del sector servicios, comercio e industrial de emprendedores inmigrantes de origen mexicano. La recolección de los datos se realizó durante el mes enero y febrero del año 2018, a través de una encuesta auto-dirigida al empresario. Para la comprobación de los resultados y de las estimaciones de las relaciones estructuradas en la investigación (hipótesis), se ha utilizado el sistema de ecuaciones estructurales (SEM) basada en la varianza con la técnica Partial Least Squares (PLS), con apoyo del software SmartPLS, versión 3.2.6. Los resultados muestran que las motivaciones negativas y positivas influyen de forma significativa en la gestión empresarial y en la rentabilidad de las empresas. Además, la gestión empresarial tiene efectos significativos sobre la rentabilidad financiera de las empresas. Este trabajo contribuye al desarrollo de la literatura de las intenciones emprendedores y del comportamiento planeado.

Palabras claves: emprendimiento; inmigrantes; motivaciones; gestión empresarial y micro; pequeñas y medianas empresas (MiPyMes).

Abstract

The purpose of this article is to analyze the motivations of immigrant entrepreneurs and how they influence the business management and profitability of companies established in the city of Tucson Arizona in the United States of America. The research is based on a sample of 125 companies from the service, commercial and industrial sectors of immigrant entrepreneurs of Mexican origin. The data was collected during the month of January and February 2018, through a self-directed survey of the owner. For the verification of the results and the estimates of the relations structured in the research (hypothesis), the system of structural equations (SEM) based on the variance with the Partial Least Squares (PLS) technique has been used. with support of SmartPLS software, version 3.2.6. The results show that negative and positive motivations have a significant influence on business management and company profitability. In addition, business management has significant effects on the financial profitability of companies. This work

contributes to the development of the literature on entrepreneurial intentions and planned behavior.

Keywords: entrepreneurship; immigrants; motivations; business management; micro; small and medium en-terprises (MiPyMes).

Resumo

O objetivo deste artigo é analisar as motivações dos empresários imigrantes e como elas influenciam gestão de negócios e rentabilidade das empresas estabelecidas na cidade de Tucson Arizona, nos Estados Unidos. A pesquisa é baseada em uma amostra de 125 empresas do setor de serviços, comercial e industrial de empresários imigrantes de origem mexicana. A coleta de dados foi realizada durante o mês de janeiro e fevereiro de 2018, por meio de uma pesquisa auto-dirigida do empreendedor. Para verificar os resultados e estimativas de pesquisas relações estruturadas (hipóteses), foi utilizado o sistema de modelagem de equações estruturais (SEM) com base na variação com a técnica quadrados parciais Mínimos (PLS), com o apoio de software SmartPLS, versão 3.2.6. Os resultados mostram que as motivações negativas e positivas têm uma influência significativa na gestão de negócios e na lucratividade corporativa. Além disso, a gestão de negócios tem efeitos significativos sobre a rentabilidade financeira das empresas. Este trabalho contribui para o desenvolvimento da literatura de intenções empreendedoras e comportamento planejado.

Palavras chave: empreendedorismo; imigrantes; motivações; negócios e microgestão; pequenas e médias empresas (MiPyMes).

Introducción

El fenómeno de la migración ha sido históricamente una actividad recurrente por la mayoría de las sociedades de diferentes regiones (Hagen-Zanker, 2008; King, 2012). Este hecho se manifiesta den-tro de una misma región, país o bien fuera de este. El movimiento de personas en forma individual o colectiva hacia un nuevo territorio fuera de su jurisprudencia se le denomina inmigración (Al-Sulaiti & Baker, 1998; Card, 2009). Para un gran número de gobiernos la inmigración representa un problema social, económico y político (Chomsky, 2018). Sin embargo, este hecho puede representar una oportunidad para impulsar el desarrollo y crecimiento

económico de una región o de toda una nación. Estos grupos sociales en su mayoría están en la búsqueda de nuevas oportunidades y expectativas (Borjas, 2014; Kritz, 2015). Estas se traducen en su mayoría en elevar el nivel de vida, en mejorar sus ingresos, en mejorar el nivel educativo y en elevar el nivel cultural (Kritz, 2015). Estos movimientos de grupos de personas que deciden emprender un nuevo camino se han manifestado en la mayoría de los continentes (De Haas, 2010; Freeman, 2006). Algunos de los casos más recientes, son los desplazamientos de un gran número de personas del medio oriente y de algunas partes de África hacia el extranjero (Caviedes, 2015; Geddes, 2016). Estos grupos en su mayoría se dirigen hacia los países del primer mundo de la región de Europa entre los que destacan Alemania, Francia y España (Ladeur, 2017). En el contexto mexicano la migración hacia los Estados Unidos de Norteamérica (EUA), se ha vuelto un tema difícil de abordar por ambas naciones. En relación a las cifras oficiales de este fenómeno el Consejo Nacional de Población CONAPO (2017) ha referido que en EUA radican alrededor de 12.2 millones de inmigrantes nacidos en México. En el contexto regional la migración de personas del Estado de Sonora en México hacia el Estado de Arizona en EUA, es de 5 mil personas al año en promedio (CONAPO, 2017). A pesar de que este fenómeno es un resultado de una migración obligatoria y/o por necesidad, existe la posibilidad de encontrar áreas de oportunidad tanto para estas personas como para los países involucrados (Alba & Nee, 2012). Lo ideal para los países que reciben a este tipo de personas de otras naciones es a través de las leyes migratorias. De acuerdo con cifras de la Organización Internacional para la Inmigración IOM (2016) se espera que para el año 2050 exista un total de 250 millones de inmigrantes internacionales. Lo relevante de estos datos es que no todo es negativo, esto debido a que un gran número de inmigrantes generan riqueza y contribuyen al desarrollo social y económico del país al que se han integrado. Una de las formas en las que los inmigrantes contribuyen en el desarrollo y crecimiento de estas naciones es a través del emprendimiento (Chrysostome & Lin, 2010; Peroni, Riillo, & Sarracino, 2016). En términos conceptuales el emprendimiento es entendido como el conjunto de actitudes, aptitudes y competencias con las que cuenta un individuo para asumir riesgos e iniciar un nuevo proyecto a través de la generación de ideas innovadoras y la detección de nuevas oportunidades (Audretsch, 2012; Drucker, 2014). El emprendimiento ha sido estudiado desde diferentes latitudes y corrientes teóricas. Entre las que se destacan las intenciones emprendedoras y la orientación emprendedora, corrientes que se centran en el comportamiento y superación personal (McMullen & Shepherd, 2006; Mitchelmore & Rowley, 2010; van Gelderen

et al., 2008). De acuerdo con Fonrouge (2008) y Zanakis, Renko, & Bullough, (2012) un individuo emprende un negocio principalmente por: 1) el cumulo de sus conocimientos, 2) el nivel de creatividad y 3) las capacidades de innovación. Además, los emprendedores en especial los inmigrantes tienen diferentes necesidades y objetivos para crear sus empresas (Zanakis et al., 2012). Estos objetivos se traducen en las motivaciones que tienen los individuos para convertirse en emprendedores exitosos (Carsrud & Brännback, 2011; Shane, Locke, & Collins, 2003). Diversos autores a través de sus teorías han expresado que los emprendedores pueden iniciar nuevos negocios principalmente por dos razones, para lograr el éxito financiero y llegar a la autorrealización personal (Neck & Greene, 2011; Zahra & Nambisan, 2012). Generalmente los individuos tienen impulsos, estímulos y diferentes razones que los lleva a generar nuevos negocios. Entre las motivaciones que mueven a las personas para crear nuevos negocios se destacan: 1) detección de una oportunidad de negocio (motivaciones positivas), en donde se involucran los factores internos (aspiraciones personales, audacia, tradición familiar, independencia, pasión, intuición, creatividad, innovación, etc.) (Lainé, 2016; Wiklund, Yu, Tucker, & Marino, 2017), y 2) por necesidad (motivaciones negativas) en las que influyen los elementos externos (factores sociales, políticos y económicos) (Foo, Uy, & Baron, 2009; Shepherd & Haynie, 2011). Estas manifestaciones de emprendimiento inciden directamente en la gestión empresarial y en la rentabilidad de las empresas durante su periodo de vida. La mayoría de las corrientes teóricas sobre la motivación han argumentado que las personas que desarrollan o emprenden nuevos negocios con experiencias positivas tienden a tener un mayor éxito (Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2017; McMullen, Bagby, & Palich, 2008). Sin embargo, diferentes estudios empíricos han informado que el solo hecho de emprender un nuevo negocio genera múltiples beneficios significativos para la región geográfica en la que se desarrolla esta actividad empresarial (Lajqi & Krasniqi, 2017; Zahra & Nambisan, 2012). Sin embargo, en algunas ocasiones el éxito económico y una buena gestión empresarial se logra por contar con una importante experiencia, el nivel de educación (aunque no siempre ocurre que a mayor nivel educativo mayor será el éxito empresarial), la independencia y en algunas ocasiones un toque de suerte (Hmieleski & Lerner, 2016; Uy, Chan, Sam, Ho, & Chernyshenko, 2015). Por lo general al inicio del emprendimiento los negocios son de envergadura pequeña y conforme van evolucionando las empresas siguen un crecimiento ascendente. Es importante explicar que los

em-prendedores pueden crear una empresa de tamaño micro, pequeña y hasta una mediana empresa (MiPyMe).

A pesar que en la literatura en el campo de la administración de empresas el estudio de las intencio-nes emprendedores y la motivación para iniciar nuevos negocios ha sido cada vez más estudiada, aún existe un campo de desarrollo importante por explorar (Burns, 2016; Zahra & Nambisan, 2012). Esto debido a que en la mayoría de los estudios en este terreno analizan las motivaciones, la orientación y las intenciones emprendedoras en grupos sociales de diferentes regiones sin considerar la clasificación del emprendimiento inmigrante (Acs, Szerb, & Lloyd, 2017; Zahra, Newey, & Li, 2014). En nuestro estudio hemos considerado las motivaciones positivas y negativas que mueven a los emprendedores inmigrantes para iniciar sus nuevos negocios. Por ello, el estudio cobra una importante relevancia y contribución tanto teórica como práctica.

En el trabajo se han contemplado dos objetivos principales. El primero, analiza los efectos que tienen las motivaciones positivas y negativas para emprender sobre la gestión de la empresa y en la rentabilidad de la MiPyMe. En el segundo, analizamos la influencia que tiene la gestión empresarial sobre la rentabilidad que se genera en las MiPymes. Las preguntas de investigación elaboradas en el trabajo son:

¿Qué tipo de motivaciones para emprender tienen mayor influencia en la gestión de la empresa y en la rentabilidad?

¿La gestión empresarial, tiene efectos significativos sobre la rentabilidad?

Este artículo tiene la siguiente estructura: En la primera parte se presenta la revisión de la literatura, la revisión empírica y el desarrollo de las hipótesis. En segundo lugar, se explica la metodología utilizada, la muestra y sus características. Además, se explica la justificación de las variables en estudio y en la sección final, se muestran los resultados, las discusiones, las conclusiones y las líneas futuras de la investigación.

Desarrollo

Las motivaciones para emprender y la gestión del negocio

El término emprendimiento se deriva del término *entrepreneur* y es asociado con frecuencia con los individuos que asumen riesgos empresariales y que inician un nuevo proyecto (Drucker, 2014; Mitchelmore & Rowley, 2010). En la literatura el emprendimiento es estudiado desde la rama de la psicología como las intenciones emprendedoras. La intención emprendedora, puede generar un empresario potencial y es catalogada como el estado mental que las personas poseen para la creación de una nueva empresa o bien por la generación de valor al interior de una empresa existente (Kautonen, van Gelderen, & Tornikoski, 2013; van Gelderen et al., 2008). Las intenciones emprendedoras se desprenden y están ligadas a la teoría del comportamiento planeado (TCP) (Glanz, Rimer, & Viswanath, 2015; Kautonen et al., 2013). Esta corriente contempla el comportamiento, la intención, la actitud, las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido de los emprendedores. Además, alude que la correcta aplicación de los recursos, de las capacidades y de las habilidades emprendedoras, los individuos pueden encauzar y predecir acertadamente las intenciones para iniciar un nuevo negocio (Kautonen, van Gelderen, & Fink, 2015). Al mismo tiempo, los emprendedores son conducidos por impulsos internos y externos que les dan una mejor dirección. Estos elementos se transforman en motivaciones, la cual es concebida como las necesidades y los deseos que los individuos tratan de satisfacer debido a un estado latente de carencia (Baum & Locke, 2004; Uy et al., 2015). Estos factores internos y/o externos se contemplan en diferentes teorías motivacionales relacionadas al emprendimiento. La literatura ha demostrado que los emprendedores crean nuevos negocios por impulsos positivos y negativos (Seligman & Csikszentmihalyi, 2014). Estos están asociados con una serie de características y comportamientos que conducen al éxito empresarial (Kautonen et al., 2013). Dentro de las principales motivaciones positivas para emprender se encuentra la experiencia, la tradición familiar, la necesidad de ser independiente, la formación y el deseo de ganar dinero, éstas están relacionadas con la detección de oportunidades de negocio (McMullen & Shepherd, 2006; Shahid, Imran, & Shehryar, 2017). En contraparte, existen elementos externos que conducen a los emprendedores a iniciar sus negocios como: la débil economía regional, la falta de oportunidades de empleo, la insatisfacción laboral, el bajo nivel educativo, entre otros (Borjas, 2014; Khosa & Kalitanyi, 2015). Con frecuencia la mayoría de las teorías

motivacionales relacionadas a las intenciones emprendedores, argumentan que los impulsos positivos son los que más ayudan a controlar y, a gestionar con mayor eficiencia una empresa y la conduce al éxito financiero.

En cambio, las motivaciones negativas para emprender no siempre están asociadas con un buen funcionamiento organizacional y con la eficiencia en el manejo de los recursos de una empresa. Diversos estudiosos en el tema han argumentado que los individuos que llegan a territorios desconocidos y deciden emprender, tienen grandes dificultades, muchas barreras y grandes retos empresariales (Ferrón-Vílchez, 2016; Shane et al., 2003). Esto ha permitido que los emprendedores intensifiquen sus esfuerzos, sus intenciones y sus capacidades, con el fin de lograr un adecuado manejo de su empresa (Caviedes, 2015). Además, estudios actuales han descubierto que los movimientos migratorios de personas hacia otros países llegan con la intención de emprender, debido principalmente a la falta de oportunidades, la pobreza, la alta competitividad del empleo, la globalización, el subempleo y pocas opciones de trabajo (Acs et al., 2017; Khosa & Kalitanyi, 2015). Estos factores se han convertido un factor motivador que ayuda a los emprendedores inmigrantes a ser más competitivos, a ser innovadores y con ello perfeccionar la gestión de su negocio (Borjas, 2014; Zolin & Schlosser, 2013). Por lo anterior, hemos desarrollado la siguiente hipótesis:

H1. A mayores motivaciones negativas para emprender, se mejora la gestión empresarial en las MiPyMes.

Diferentes estudios empíricos de diferentes regiones han argumentado que los emprendedores inmigrantes que inician nuevos negocios a través de un proceso debidamente planificado, que cuentan con suficiente experiencia, con una adecuada preparación académica, con solidez financiera, con ayuda gubernamental y con un buen conocimiento de los procesos organizacionales, tienen una mayor propensión al éxito y al logro de una mayor eficiencia administrativa y organizativa (van Gelderen et al., 2008). Estudios recientes han demostrado que los emprendedores inmigrantes que crean empresas por tradición familiar, por contar con una verdadera vocación empresarial y que han detectado una oportunidad de negocio, incrementan la probabilidad de gestionar en forma correcta los recursos de su futura empresa (Acs et al., 2017; Drucker, 2014; Zahra & Wright, 2011). Por lo anterior, hemos desarrollado la siguiente hipótesis:

H2. A mayores motivaciones positivas para emprender, se mejora la gestión empresarial en las MiPyMes.

Las motivaciones para emprender y la rentabilidad empresarial

En la revisión de la literatura sobre el comportamiento emprendedor se ha corroborado que los emprendedores tienen diferentes motivaciones que los conduce a iniciar sus negocios, las cuáles determinan el nivel de resultado económico y/o éxito empresarial (Kautonen et al., 2013). Por ejemplo, el instituto Global Entrepreneurship Monitor GEM (2017), ha desarrollado una gran cantidad de estudios en diferentes regiones sobre el comportamiento y la motivación que mueve a las personas a emprender y cómo impacta en los resultados financieros. En estos estudios se argumenta que en las regiones de Norteamérica, Europa y Latinoamérica es en donde existe una mayor motivación para emprender nuevos negocios y que además es en donde se obtienen mejores éxitos empresariales y financieros, destacando el crecimiento económico a través de la generación de empleos y el incremento de la innovación (GEM, 2017). En el terreno del emprendimiento inmigrante algunos estudiosos en el tema han expuesto que este tipo de grupos sociales, principalmente de países pobres llegan a desarrollar emprendimientos por falta de oportunidades, por la intensidad de la pobreza y las políticas públicas del país de origen. Sin embargo, algunas investigaciones informan que este tipo de emprendimiento originado por necesidad también genera resultados financieros y económicos significativos (Crush & Williams, 2018; Shinnar, Cardon, Eisenman, Zuiker, & Lee, 2009). Sin embargo, en la mayoría de los estudios empíricos explican con mayor profundidad la asociación del emprendimiento inmigrante con la motivación por la detección de necesidades o áreas de oportunidad, las cuáles son traducidas en impulsos positivos. En algunos estudios, se ha demostrado que este tipo de motivaciones conducen a la rentabilidad financiera, la satisfacción de los empleados, a la satisfacción de los clientes y a la solidez económica en tiempos más cortos (Lainé, 2016; Shinnar & Young, 2008; Stevenson & Jarillo, 2007). De lo anterior, hemos desarrollado las siguientes hipótesis:

H3. A mayores motivaciones negativas para emprender, se mejora la rentabilidad empresarial en las MiPyMes.

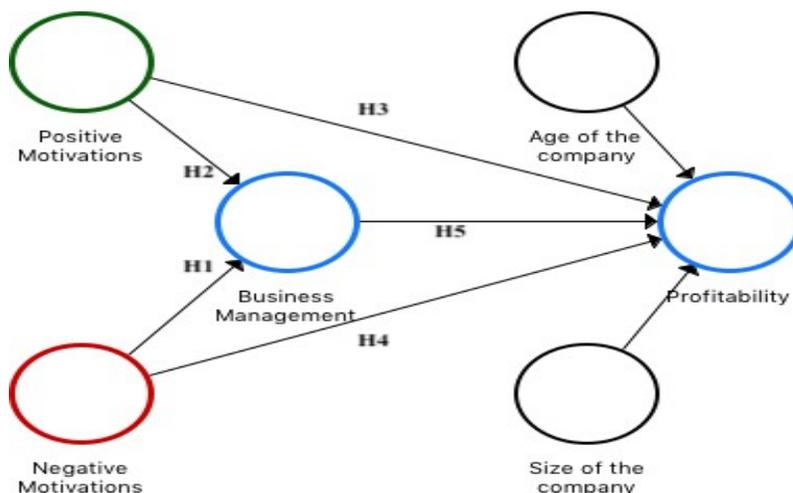
H4. A mayores motivaciones positivas para emprender, se mejora la rentabilidad empresarial en las MiPyMes.

La gestión empresarial y la rentabilidad en las empresas

La mayoría de los emprendimientos se originan por el deseo de lograr el éxito personal y el éxito financiero (Lajqi & Krasniqi, 2017). Pero para lograrlo se requiere de habilidades y capacidades em-preneuradores de un nivel superior. Entre las más destacadas se encuentran el ser asertivo, la pasión, la asunción al riesgo, la proactividad y desde luego las motivaciones (internas y externas) (McMullen & Shepherd, 2006; Stewart & Roth, 2007). Con la mezcla de todas estas características los emprendedores pueden asegurar una correcta administración y organización de sus empresas, lo que con el tiempo los conduce al logro financiero. En estudios posteriores y actuales es común observar que estas dos variables están estrechamente relacionadas (Germak & Robinson, 2014; Rauch & Frese, 2007; Robertson & Grant, 2016a). Estas investigaciones han reconocido que las buenas prácticas administrativas, como el manejo adecuado del personal, de las finanzas y el control sobre sus procesos administrativos y productivos conducen a las empresas a ser más competitivas, al logro de mayores utilidades y a una rentabilidad más estable (Chrysostome, 2010; Shinnar & Young, 2008). Estos resultados también son evidentes en los emprendimientos inmigrantes, en estudios recientes se ha verificado que este tipo de emprendedores han estado desarrollando planes estratégicos de negocios para lograr una mejor administración y consolidarse en mercados altamente competitivos, lo que los conducirá a la rentabilidad organizacional y financiera (Crush & Williams, 2018; Knoke, 2018; Tata & Prasad, 2015). Por lo anterior se ha diseñado la siguiente hipótesis:

H5. A mayor eficiencia en la gestión empresarial, se incrementa el nivel de rentabilidad en las MiPyMes inmigrantes.

Figura 1. Modelo teórico



Fuente: Elaboración propia

Metodología

La estructura de la muestra está fundamenta en los principios del muestreo estratificado para poblaciones finitas. La población está conformada por MiPyMes del sector servicios (restaurantes, belleza, mantenimiento, automotriz y transporte) comercio (Abarrotes, carnicerías y panaderías) y del industrial (construcción, textil y muebles) establecidas en la ciudad de Tucson Arizona en los Estados Unidos de Norteamérica. Las empresas fueron segmentadas de acuerdo al criterio y/o sector de actividad. De acuerdo con datos de Pima County (2016) a través de su oficina de desarrollo económico en la ciudad de Tucson AZ, existen un total de 312,738 empresas de origen hispano de los cuáles alrededor del 20% pertenecen a empresarios de origen mexicano. La técnica para la recolección de la información fue a través de una entrevista (cuestionario) personal dirigida al gerente de la MiPyMe. El trabajo de campo para la recolección de los datos se realizó durante los meses de enero y febrero del año 2018. Finalmente se logró obtener una muestra de 125 empresas, el 58.4 % pertenece al sector servicios, el 34.4% al sector comercio y el 7.2% al sector de la industria. Estas empresas están localizadas en la zona sur de la ciudad, lugar en donde se concentra el 99% de este tipo de empresas y la mayor parte de la población mexicana. La composición y características de la muestra se pueden apreciar en la tabla 1 y 7.

Tabla 1. Sector y tamaño de las empresas

Sector	No. de empresas	ME	PE	ME	% total
Servicios	73	22	37	14	58.4
Comercio	43	12	16	15	34.4
Industrial	9	1	3	5	7.2
Total	125	35	56	34	100.0

Fuente: Elaboración propia. ME= (1 a 10 empleados) PE=Pequeña Empresa (11 a 50 empleados), ME=Mediana Empresa (51 a 250 empleados).

Medida de las variables

Motivaciones para emprender. De la revisión de la literatura, hemos tomado de referencia la teoría del comportamiento planeado para determinar la medida de esta variable y que incide de manera significativa en los resultados empresariales (Kautonen et al., 2013; van Gelderen et al., 2008). De esta revisión teórica y empírica, se ha pedido a los gerentes de las Pymes que respondan a las preguntas medidas en una escala tipo Likert de 5 puntos (1=completamente en desacuerdo, 5=completamente de acuerdo). Para tal efecto hemos considerado que esta variable se puede clasificar en el emprendimiento por oportunidad de hacer negocios y por necesidad, por ello hemos considerado una división categorizada en: (1) Negative Motivations (NM), medido con 3 preguntas estructuradas en base a los estudios de Serviere (2010), Zahra & Wright (2011), y (2) Positive Motivations (PM), medida con 5 preguntas desarrolladas en base a las investigaciones de Shane et al. (2003) y de Khosa & Kalitanyi (2015), ver tabla 2.

Tabla 2: Consistencia interna y validez convergente por constructo

Variables	CF	FC	AC
Motivaciones para Emprender			
Positivas:		0.785	0.605
Tradición familiar	0.734***		
Necesidad de ser independiente	0.851***		
Debido a una oportunidad de negocio	0.635***		
Negativas:		0.885	0.915
Falta de oportunidades de trabajo	0.839***		
Fui despedido	0.839***		
Fracaso en negocio propio previo	0.735***		
Discriminación/Racismo	0.852***		
Experiencia negativa en el mercado laboral	0.864***		

Fuente: Elaboración propia. Note: CF=Carga factorial, FC=Fiabilidad Compuesta, AC=Alfa de Cronbach.

Business management (BM). Para la medición de esta variable se han estudiado las principales teorías que abordan el comportamiento emprendedor y la educación empresarial como medios para gestionar en forma eficiente una empresa y lograr la eficiencia financiera y económica (Covin & Lumpkin, 2011; Lumpkin, Cogliser, & Schneider, 2009; Zahra, 2007). Derivado de esta revisión teórica y empírica, se ha pedido a los gerentes de las Pymes que respondan a las preguntas medidas en una escala tipo Likert de 5 puntos (1=completamente en desacuerdo, 5=completamente de acuerdo). Esta variable con 3 preguntas estructuradas tomando de referencia los estudios de Edelman, Manolova, & Brush (2008) y Runyan, Droge, & Swinney (2008), ver tabla 3.

Tabla 3: Consistencia interna y validez convergente por constructo

Variable	CF	FC	AC
Business management		0.816	0.665
Llevo un adecuado control contable y financiero	0.734***		
Gestiono adecuadamente los recursos de mi negocio	0.832***		
Realizo una buena gestión de las quejas de mis clientes	0.748***		

Fuente: Elaboración propia. Note: CF=Carga factorial, FC=Fiabilidad Compuesta, AC=Alfa de Cronbach

Profitability. Históricamente esta variable ha sido un proxy difícil de cuantificar con exactitud en las organizaciones, debido principalmente a su complejidad, naturaleza y a los recursos que se aplican en los procesos rutinarios, esto se agrava más en la MiPyMe inmigrante (Chrysostome, 2010; Garengo, Biazzo, & Bititci, 2005). En este estudio los gerentes respondieron a las preguntas para clasificar los resultados de competitividad de la empresa en base los resultados de rentabilidad utilizando una escala tipo Likert de 5 puntos con 1=pobre rendimiento en los 2 años previos y 5=alto rendimiento en los últimos 2 años. Esta variable fue medida con 3 preguntas elaboradas en base a los estudios de Quinn (1991) y Chrysostome (2010), observar tabla 6.

Tabla 6: Consistencia interna y validez convergente por constructo

Variable	CF	FC	AC
Profitability		0.816	0.699
<i>Su empresa en los últimos 3 años:</i>			
Ha aumentado la satisfacción de los clientes	0.657***		
Ha aumentado la satisfacción de los empleados	0.748***		
Ha incrementado las ventas	0.810***		
Ha incrementado las utilidades	0.685***		

Fuente: Elaboración propia. Note: CF=Carga factorial, FC=Fiabilidad Compuesta, AC=Alfa de Cronbach

Variables de control

Tamaño de la empresa. Esta variable fue medida con el logaritmo natural del total de los empleados del año 2018. Tradicionalmente y con gran frecuencia esta variable, es utilizada en estudios empíricos debido a que es un parámetro importante en el desarrollo y crecimiento de los negocios (Cepeda-Carrion, Leal-Millán, Martelo-Landroguez, & Leal-Rodríguez, 2016; Sigler, 2011). El tamaño estructural de la empresa, es relacionada como un factor determinante en la generación de rendimiento económico y financiero (Nelson, 2009).

Edad de la empresa. En la literatura y en estudios empíricos es común encontrar el análisis de esta variable de control, en modelos de negocio y relacionarla con los resultados económicos y financieros, para analizar la influencia que generan en las organizaciones durante un periodo de tiempo determinado (Benítez-Amado & Walczuch, 2012). La edad de la empresa determina el grado de consolidación y madurez dentro de un mercado que se explica a través de la teoría evolutiva (Nelson, 2009). Esta variable es medida conforme al inicio de operación y hasta las actividades actuales de las empresas.

Tabla 7. Tamaño y edad de la empresa

Característica	Mínimo	Máximo	Media	Desviación Típica
Antigüedad de la empresa	1	42	15.28	11,446
Tamaño de la empresa (número de empleados)	2	201	8.65	23,443

Fuente: Elaboración propia

Fiabilidad y Validez

La fiabilidad y validez del instrumento se determinó a través de un modelo de ecuaciones estructurales (SEM) para evitar errores de medición y multicolinealidad (Hair, Hult, Ringle, Sarstedt, & Thiele, 2017). Nuestro estudio analiza las variables del modelo teórico a través de SEM basado en la varianza, siendo el que mejor se adapta a nuestro modelo y a los objetivos de investigación. El uso de la metodología PLS implica un enfoque de dos fases (Ringle, Wende, & Becker, 2017): El modelo de medida y el modelo estructural. Las mediciones se basan en el análisis factorial confirmatorio (AFC) para descartar los indicadores que tienen una baja correlación con respecto al resto de la escala. Además, se analiza la consistencia interna, la validez convergente y la validez discriminante (Fornell & Larcker, 1981; Henseler, Ringle, & Sarstedt, 2015).

Resultados

Modelo de medida

Para evaluar el modelo de medida con variables de tipo reflectivo se analiza, la fiabilidad compuesta de cada ítem, la consistencia interna de la escala y la validez convergente. Para medir la relación y fiabilidad individual de cada ítem, se recomienda una carga estandarizada del factor mayor a 0.707 (Henseler et al., 2014). Nuestros resultados se encuentran en un rango entre 0.635 y 0.864, cerca y por encima de 0.707. En nuestro modelo, hemos decidido incluir los valores con una carga de 0.635 y 0.654 por las siguientes razones: 1. Son significativos a un nivel de 0.001; 2. Están muy cerca del umbral aceptable de 0.707; 3. Estos ítems son importantes para conservar la validez de constructo (Hair, 2016; Roldán & Cepeda, 2016). La fiabilidad compuesta muestra los resultados que van desde de 0.785, hasta 0.885, valores que se encuentran cerca del umbral de 0.80 para la investigación básica, según lo propuesto por Nunnally & Bernstein (1994) y

Vandenberg & Lance (2000). El alfa de Cronbach se considera satisfactorio sobre 0.700 (Hair, 2016), sin embargo, existen otros autores que informan que se pueden obtener valores menores de 0.700 siempre y cuando la investigación haya sido poco estudiada (Nunnally & Bernstein, 2010; Peterson, 1994). Nuestros resultados muestran valores entre 0.605 y 0.915, demostrando una adecuada fiabilidad del constructo. La varianza media extraída (AVE) indica la cantidad media de la varianza explicada por los indicadores del constructo. Nuestros valores de AVE van desde 0.538 hasta 0.820. Estos resultados están por encima del umbral de 0.5, tal como lo propone Hair (2016). Por último, se comprobó la validez discriminante de las construcciones en el modelo mediante el análisis de la raíz cuadrada del AVE. Los resultados (diagonal) del AVE vertical y horizontal están por debajo de la correlación entre los constructos. Esta prueba no detecta ninguna anomalía (ver tabla 8). Nuestros resultados proporcionan una adecuada validez y fiabilidad (convergente y discriminante).

Tabla 8. Validez discriminante del modelo teórico

Variable	AVE	NM	PM	BM	PROF
NM	0.762	0.827			
PM	0.597	0.454	0.744		
BM	0.538	0.338	0.460	0.773	
PROF	0.820	0.399	0.396	0.205	0.727

Fuente: Elaboración propia. Note: AVE: Varianza Media Extraída, NM: Negative Motivations, PM: Positive Motivations, BM: Business Management, PROF: Profitability

Modelo estructural

La técnica estadística de ecuaciones estructurales basados en la varianza se utilizó para validar las hipótesis planteadas en esta investigación a través de la SmartPLS Versión 3.2.6 Profesional (Ringle et al., 2017). El uso de este software es apropiado en la investigación exploratoria y confirmatoria (Chin & Dibbern, 2010; Ringle et al., 2017). En la Tabla 5, se muestran los resultados del coeficiente β , el grado de significancia y la importancia de la distribución de los valores utilizando la t de Student. Para comprobar la hipótesis, se utilizó el procedimiento de

bootstrapping con 5.000 submuestras como lo recomienda Chin & Dibbern (2010) y Henseler et al. (2014).

Tabla 9. Resultados del test de hipótesis

Hipótesis	Valor de Beta	T Score	Desviación Standar	P Valor	F ²	Confirmada/Rechazada
H1. NM -> BM	0.162**	2.480	0.066	0.013	0.027	Confirmada
H2. PM-> BM	0.386***	4.391	0.088	0.000	0.154	Confirmada
H3. NM-> PROF	0.243***	3.410	0.071	0.001	0.061	Confirmada
H4. PM-> PROF	0.192*	1.679	0.114	0.093	0.034	Confirmada
H5. BM -> PROF	0.205*	1.656	0.124	0.098	0.043	Confirmada

Fuente: Elaboración propia: Note: *: $p < 0.1$, **: $p < 0.05$, ***: $p < 0.01$

La tabla 9 muestra los resultados de la estimación con PLS. Encontramos soporte empírico para todas las hipótesis estructuradas en el modelo. Los resultados de las hipótesis: H1 y H2, presentan efectos significativos y positivos. Lo que indica que las motivaciones negativas y positivas tienen influencia en las acciones para gestionar los negocios, de acuerdo al valor de beta de 0.162** y 0.386***. La H3 y H4, muestran efectos positivos y significativos. Los valores de beta de 0.243*** y de 0.192* indican que las motivaciones negativas y positivas influyen en la rentabilidad de los negocios manejados por los emprendedores inmigrantes. También hemos encontrado que, la H5 presenta efectos significativos y positivos, mostrando que la gestión empresarial es determinante en el aumento de la rentabilidad de las empresas, de acuerdo a los valores de beta 0.205*. Del análisis anterior informamos que todas las relaciones estructurales del modelo (hipótesis) han sido confirmadas. Por último, hemos examinado el efecto de las variables de control: la edad y el tamaño de la empresa sobre el rendimiento. Los resultados indican que estas variables no tienen influencia significativa sobre la rentabilidad de las MiPyMes de acuerdo a los valores de: ($\beta=0.042$) y ($\beta=0.050$).

Para evaluar el ajuste del modelo en las técnicas SEM se basan en la covarianza, en PLS no es posible estimar estas medidas. Sin embargo, en PLS se analiza el valor de los coeficientes de trayectoria, el análisis de (R^2) y los valores de (F^2) los cuales son medidas individuales significativas para explicar la capacidad de predicción del modelo estructural (Chin & Dibbern, 2010). Los coeficientes de trayectoria alrededor de 0.2 son considerados económicamente

significativos (Henseler, Hubona, & Ray, 2016). Para el análisis de la varianza explicada y la calidad de predicción del modelo a través de (R^2). El valor (F^2) mide y proporciona el tamaño del efecto introducido en el modelo. El Test estadístico Q^2 (cross validated redundancy index) se utiliza para evaluar y probar la relevancia predictiva de los constructos endógenos en un modelo estructurado con variables de tipo reflectivas. El modelo fue evaluado a través de la técnica blindfolding (Ringle et al., 2017). Los valores mayores a (0) muestran una notable calidad predictiva (Henseler, Ringle, & Sarstedt, 2016; Roldán & Cepeda, 2016), los datos se pueden observar en la tabla 9 y 10. En resumen, podemos ratificar que este análisis proporciona una apropiada capacidad predictiva y explicativa del modelo. Para explicar con mayor precisión el efecto predictivo de nuestro modelo, hemos añadido una prueba de bondad de ajuste que realiza PLS. Para ello, hemos tomado el indicador estandarizado de la media cuadrática residual (SRMR) cuando este valor está en un rango de ($<0,08-0,1$), existe un ajuste aceptable (Hair, 2016; Henseler, Hubona, et al., 2016). Nuestro resultado de 0.086, confirma que el modelo propuesto tiene una aceptable calidad predictiva y demuestra que los resultados empíricos están alineados con la teoría.

Tabla 10. Calidad predictiva y ajuste del modelo

Variable	R^2	Q^2
Gestión empresarial	0.220	0.126
Profitability	0.231	0.112

Fuente: Elaboración propia

Conclusiones

La literatura ha puesto de manifiesto que la teoría del comportamiento planeado ha sido de las más estudiadas y de las que más contribuye en los comportamientos e impulsos motivacionales para emprender una nueva actividad, un proyecto y/o en la creación de un nuevo negocio (Miralles, Giones, & Gozun, 2017; Shane et al., 2003). Además, es una teoría que alude que los comportamientos y las capacidades emprendedoras son elementos claves que generan múltiples beneficios personales (superación, reconocimiento, autorrealización) y profesionales (reconocimiento social y éxito financiero) (Kautonen et al., 2013). En esta sección, discutimos nuestros resultados sobre las motivaciones para el desarrollo de emprendimientos inmigrantes con características y condiciones sociales, económicas y políticas muy complejas. Este análisis se

realiza desde el punto de vista de la oportunidad y de la necesidad que detectan estos emprendedores en una región con un mercado hispano globalizado y que va en crecimiento. Dentro del primer bloque analizamos los tipos de motivación de los emprendedores inmigrantes para crear su empresa y las implicaciones en la gestión empresarial y en la rentabilidad. El hallazgo con mayor fuerza del estudio se centra en la relación entre las motivaciones positivas, con la gestión de la empresa y en menor medida con la rentabilidad lograda en las Mipymes creadas por los emprendedores inmigrantes. Estos resultados están alineados con la teoría y con diferentes estudios empíricos, informando que los emprendedores que cristalizan sus negocios por contar con experiencia, con una alta preparación académica y con un correcto plan de negocios, los conduce a una mayor eficiencia en la administración de sus recursos y los empuja al logro de mayores ventas, al incremento de los clientes, la satisfacción de los clientes y al aumento de las utilidades (Acs et al., 2017; Carsrud & Brännback, 2011; Maes, Leroy, & Sels, 2014; Peroni et al., 2016). En el segundo bloque analizamos el efecto de las motivaciones negativas (por necesidades) sobre la gestión empresarial y la rentabilidad. Los resultados nos muestran que esta variable también influye en la gestión empresarial y también en la rentabilidad. Sin embargo, observamos que las motivaciones negativas tienen un efecto mayor sobre la rentabilidad. Estos resultados se alinean con teorías motivacionales y psicológicas de emprendimiento basadas en la superación personal y profesional y con algunos estudios empíricos (Raman, Anantharaman, & Ramanathan, 2013; Shane et al., 2003; van Gelderen et al., 2008). Esto permite deducir que los emprendedores inmigrantes que llegan a una nueva región con experiencias previas negativas tanto en el mercado laboral, la pobreza, con problemas políticos y sociales, se esfuerzan por gestionar correctamente sus empresas y enfocan con mayor precisión sus cualidades para lograr el éxito empresarial y económico (Carsrud & Brännback, 2011; Dana & Ratten, 2017; Welter, Xheneti, & Smallbone, 2017). En el tercer bloque se ha analizado el efecto de la gestión empresarial sobre la rentabilidad. Esta relación nos ha informado que las prácticas sobre la gestión empresarial influyen de forma significativa y positiva sobre la rentabilidad de los negocios inmigrantes. Esto es aludido por la teoría del comportamiento planeado y por diferentes investigadores que afirman que la preparación empresarial, la capacitación empresarial y la educación empresarial influyen de manera exponencial en los resultados financieros de las empresas (Knoke, 2018; Zahra & Wright, 2011). Finalmente, no encontramos evidencia

empírica significativa para las relaciones entre las variables de control tamaño y edad de la empresa sobre el rendimiento.

El estudio se ha desarrollado durante un periodo complicado para la población emprendedora de origen hispana y más para la mexicana que radican en EUA, esto debido al contexto político, social y económico actual. Los resultados indican que: 1) a pesar de existir barreras para los emprendimientos, existe una alta motivación para desarrollar nuevos emprendimientos; 2) la motivación positiva es la que más influye en la eficiente gestión empresarial de los negocios de los inmigrantes; y 3) las motivaciones negativas y positivas, en conjunto con una buena gestión empresarial influyen significativamente en la rentabilidad de los negocios creados por los inmigrantes mexicanos.

Los resultados de este estudio han generado importantes implicaciones para el fortalecimiento en la creación y gestión empresarial de las MiPymes de los inmigrantes. 1. Es importante que los inmigrantes emprendedores canalicen sus impulsos, sus motivaciones y sus capacidades en mejorar la planeación y administración de sus negocios, todo ello con el fin de aumentar la rentabilidad (Kautonen et al., 2013; Soydas & Aleti, 2015; Tipu, 2015); 2. Para lograr estos resultados, es importante que estos emprendedores se adhieran a redes de colaboración y establezcan alianzas estratégicas con centros de investigación, con universidades, con el gobierno y con empresas de mayor envergadura, con el fin de mejorar su capital social (Kim, Kim, & Yang, 2012; Yoon, Yun, Lee, & Phillips, 2015), y 3. Los directivos deberían de recurrir a especialistas en psicología empresarial y en el asesoramiento especializado en la gestión empresarial para encauzar correctamente sus comportamientos, y que además elijan estrategias efectivas, con el fin de desarrollar planes estratégicos enfocados hacia el crecimiento en mercados altamente competitivos (Robertson & Grant, 2016b; Zahra & Wright, 2011).

La investigación exhibe, algunas limitaciones y por otro lado abre una puerta importante para el desarrollo de futuras líneas de investigación. La primera limitación en el trabajo es la utilización de una única fuente de información. Esto, debido a que los datos fueron recopilados de percepciones subjetivas expresadas por los dueños de las MiPyMes de los inmigrantes, lo que puede sesgar los resultados. En segundo lugar, la muestra solo ha sido enfocada a empresas del sector secundario y terciario, pudiendo extenderse a otros sectores productivos. La última

limitación se refiere a las escalas de medida utilizadas, pues se consideraron solamente variables de tipo reflectivas con adaptaciones de escalas de otros estudios, por lo que sería aceptable la utilización de otro tipo de variables como las reflectivo-formativo. En un futuro, para hacer frente a las limitaciones, es recomendable robustecer el modelo conceptual mediante la inclusión de un mayor número de constructos. Por último, dada la importancia del emprendimiento inmigrante y sus motivaciones, por ser un elemento clave generador de desarrollo social y económico en regiones globalizadas, es conveniente continuar con el desarrollo de este tipo de investigaciones y que contemplen variables como: la creatividad, la innovación, las barreras del emprendimiento y el comercio electrónico todo en el contexto del emprendimiento inmigrante.

Referencias Bibliográficas

- Acs, Z. J., Szerb, L., & Lloyd, A. (2017). The Global Entrepreneurship and Development Index (pp. 29–53). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-65903-9_3
- Al-Sulaiti, K. I., & Baker, M. J. (1998). Country of origin effects: a literature review. *Marketing Intelligence & Planning*, 16(3), 150–199. <https://doi.org/10.1108/02634509810217309>
- Alba, R., & Nee, V. (2012). Rethinking Assimilation Theory for a New Era of Immigration, 49–80. <https://doi.org/10.4324/9780203621028-8>
- Audretsch, D. (2012). Entrepreneurship research. *Management Decision*, 50(5), 755–764. <https://doi.org/10.1108/00251741211227384>
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2017). Entrepreneurial motivation and self-employment: evidence from expectancy theory. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(4), 1097–1115. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0441-z>
- Baum, J., & Locke, E. (2004). La relación de los rasgos emprendedores, la habilidad y la motivación para el crecimiento de una empresa posterior. *Revista de Psicología Aplicada*. Retrieved from <http://psycnet.apa.org/fulltext/2004-17371-002.html>
- Benitez-Amado, J., & Walczuch, R. M. (2012). Information technology, the organizational capability of proactive corporate environmental strategy and firm performance: a resource-based analysis. *European Journal of Information Systems*, 21(6), 664–679. <https://doi.org/10.1057/ejis.2012.14>

- Borjas, G. J. (2014). Immigration economics. Retrieved from https://books.google.com.mx/books?id=YhtuAwAAQBAJ&dq=immigration+opportunity+development+economics+of+the+countries+2014&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Burns, P. (2016). *Entrepreneurship and Small Business* (Fourth). London, UK: Palgrave Macmillan Limited. Retrieved from <https://books.google.com.mx/books?id=8JIMDwAAQBAJ>
- Card, D. (2009). Immigration and Inequality. *American Economic Review*, 99(2), 1–21. <https://doi.org/10.1257/aer.99.2.1>
- Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9–26. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00312.x>
- Caviedes, A. (2015). An Emerging ‘European’ News Portrayal of Immigration? *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 41(6), 897–917. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2014.1002199>
- Cepeda-Carrion, I., Leal-Millán, A. G., Martelo-Landroguez, S., & Leal-Rodriguez, A. L. (2016). Absorptive capacity and value in the banking industry: A multiple mediation model. *Journal of Business Research*, 69(5), 1644–1650. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.032>
- Chin, W. W., & Dibbern, J. (2010). Handbook of Partial Least Squares. *Handbook of Partial Least Squares*. <https://doi.org/10.1007/978-3-540-32827-8>
- Chomsky, A. (2018). They take our jobs: and 20 other myths about immigration. Retrieved from https://books.google.com.mx/books?id=We3WDgAAQBAJ&dq=immigration+problems+of+the+countries+2018&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Chrysostome, E. (2010). The success factors of necessity immigrant entrepreneurs: In search of a model. *Thunderbird International Business Review*, 52(2), 137–152. <https://doi.org/10.1002/tie.20320>
- Chrysostome, E., & Lin, X. (2010). Immigrant entrepreneurship: Scrutinizing a promising type of business venture. *Thunderbird International Business Review*, 52(2), 77–82. <https://doi.org/10.1002/tie.20315>
- CONAPO. (2017). Consejo Nacional de Población. Proyecciones de la población migratoria 2010-2050. Retrieved June 13, 2018, from http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Proyecciones_Datos

- Covin, J. G., & Lumpkin, G. T. (2011). Entrepreneurial Orientation Theory and Research: Reflections on a Needed Construct. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(5), 855–872. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00482.x>
- Crush, J., & Williams, V. (2018, April 23). Making Up the Numbers: Measuring “Illegal Immigration” to South Africa. Southern African Migration Programme (SAMP). Retrieved from <https://www.africportal.org/publications/making-numbers-measuring-illegal-immigration-south-africa/>
- Dana, L.-P., & Ratten, V. (2017). International entrepreneurship in resource-rich landlocked African countries. *Journal of International Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1007/s10843-017-0211-6>
- De Haas, H. (2010). Migration and Development: A Theoretical Perspective 1. *International Migration Review*, 44(1), 227–264. <https://doi.org/10.1111/j.1747-7379.2009.00804.x>
- Drucker, P. F. (Peter F. (2014). *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. Retrieved from https://books.google.com.mx/books?id=NyqDBAAAQBAJ&dq=entrepreneur+concepts,+Drucker+r+&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Edelman, L. F., Manolova, T. S., & Brush, C. G. (2008). Entrepreneurship Education: Correspondence Between Practices of Nascent Entrepreneurs and Textbook Prescriptions for Success. *Academy of Management Learning & Education*, 7(1), 56–70. <https://doi.org/10.5465/amle.2008.31413862>
- Ferrón-Vílchez, V. (2016). Does symbolism benefit environmental and business performance in the adoption of ISO 14001? *Journal of Environmental Management*, 183, 882–894. <https://doi.org/10.1016/J.JENVMAN.2016.09.047>
- Fonrouge, C. (2008). Entrepreneuriat et innovations organisationnelles. *Revue Française de Gestion*, 34(185), 107–123. <https://doi.org/10.3166/rfg.185.107-123>
- Foo, M.-D., Uy, M. A., & Baron, R. A. (2009). How do feelings influence effort? An empirical study of entrepreneurs’ affects and venture effort. *Journal of Applied Psychology*, 94(4), 1086–1094. <https://doi.org/10.1037/a0015599>
- Fornell, C. & Larcker, D. (1981). “Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error.” *Journal of Marketing Research*, 18, 39–50.

- Freeman, R. B. (2006). People Flows in Globalization. *Journal of Economic Perspectives*, 20(2), 145–170. <https://doi.org/10.1257/jep.20.2.145>
- Garengo, P., Biazzo, S., & Bititci, U. S. (2005). Performance measurement systems in SMEs: A review for a research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 7(1), 25–47. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2005.00105.x>
- Geddes, A. (2016). The politics of migration and immigration in Europe. Retrieved from https://books.google.com.mx/books?id=tRB4DAAAQBAJ&dq=immigration+opportunity+development+economics+of+the+germany,+france+and+spain+2015&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- GEM. (2017). GEM Global Entrepreneurship Monitor. Retrieved June 15, 2018, from <https://www.gemconsortium.org/report>
- Germak, A. J., & Robinson, J. A. (2014). Exploring the Motivation of Nascent Social Entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*, 5(1), 5–21. <https://doi.org/10.1080/19420676.2013.820781>
- Glanz, K., Rimer, B. K., & Viswanath, K. (Kasisomayajula). (2015). Health behavior: theory, research, and practice. Retrieved from https://books.google.com.mx/books?id=9BQWCgAAQBAJ&dq=theory+of+planned+behavior,+2015&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Hagen-Zanker, J. (2008). Why Do People Migrate? A Review of the Theoretical Literature. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1105657>
- Hair, J. F. (2016). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). Retrieved from https://books.google.es/books?id=Xn-LCwAAQBAJ&dq=SEM+VARIABLES+HENSELER+2017&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Thiele, K. O. (2017). Mirror, mirror on the wall: a comparative evaluation of composite-based structural equation modeling methods. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(5), 616–632. <https://doi.org/10.1007/s11747-017-0517-x>
- Henseler, J., Dijkstra, T. K., Sarstedt, M., Ringle, C. M., Diamantopoulos, A., Straub, D. W., ... Calantone, R. J. (2014). Common Beliefs and Reality About PLS. *Organizational Research Methods*, 17(2), 182–209. <https://doi.org/10.1177/1094428114526928>

Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial Management & Data Systems*, 116(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>

Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2016). Testing measurement invariance of composites using partial least squares. *International Marketing Review*, 33(3), 405–431. <https://doi.org/10.1108/IMR-09-2014-0304>

Hmieleski, K. M., & Lerner, D. A. (2016). The Dark Triad and Nascent Entrepreneurship: An Examination of Unproductive versus Productive Entrepreneurial Motives. *Journal of Small Business Management*, 54, 7–32. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12296>

IOM. (2016). International Organization of Migration. Global Compact for Migration. Retrieved June 13, 2018, from <https://www.iom.int/global-compact-migration>

Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the Theory of Planned Behavior in Predicting Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655–674. <https://doi.org/10.1111/etap.12056>

Kautonen, T., van Gelderen, M., & Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour. *Applied Economics*, 45(6), 697–707. <https://doi.org/10.1080/00036846.2011.610750>

Khosa, R. M., & Kalitanyi, V. (2015). Migration reasons, traits and entrepreneurial motivation of African immigrant entrepreneurs. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 9(2), 132–155. <https://doi.org/10.1108/JEC-07-2014-0011>

Kim, Y., Kim, W., & Yang, T. (2012). The effect of the triple helix system and habitat on regional entrepreneurship: Empirical evidence from the U.S. *Research Policy*, 41(1), 154–166. <https://doi.org/10.1016/J.RESPOL.2011.08.003>

King, R. (2012). Geography and Migration Studies: Retrospect and Prospect. *Population, Space and Place*, 18(2), 134–153. <https://doi.org/10.1002/psp.685>

Knoke, D. (2018). Changing Organizations: Business Networks in The New Political Economy. Retrieved from

- https://books.google.com.mx/books?id=PpVLDwAAQBAJ&dq=+the+business+plan+management+of+immigrants+and+their+profitability,+2018&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Kritz, M. M. (2015). International Migration. In *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Race, Ethnicity, and Nationalism* (pp. 1–11). Oxford, UK: John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118663202.wberen257>
- Ladeur, K.-H. (2017). Public governance in the age of globalization. Retrieved from https://books.google.com.mx/books?id=AAskDwAAQBAJ&dq=immigration+problems+of+the+government+and+globalization+2017&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Lainé, M. (2016). The heterogeneity of animal spirits: a first taxonomy of entrepreneurs with regard to investment expectations. *Cambridge Journal of Economics*, bew039. <https://doi.org/10.1093/cje/bew039>
- Lajqi, S., & Krasniqi, B. A. (2017). Entrepreneurial growth aspirations in challenging environment: The role of institutional quality, human and social capital. *Strategic Change*, 26(4), 385–401. <https://doi.org/10.1002/jsc.2139>
- Lumpkin, G. T., Cogliser, C. C., & Schneider, D. R. (2009). Understanding and Measuring Autonomy: An Entrepreneurial Orientation Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), 47–69. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00280.x>
- Maes, J., Leroy, H., & Sels, L. (2014). Gender differences in entrepreneurial intentions: A TPB multi-group analysis at factor and indicator level. *European Management Journal*, 32(5), 784–794. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2014.01.001>
- McMullen, J. S., Bagby, D. R., & Palich, L. E. (2008). Economic Freedom and the Motivation to Engage in Entrepreneurial Action. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(5), 875–895. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00260.x>
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial Action and The Role of Uncertainty in The Theory of the Entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31(1), 132–152. <https://doi.org/10.5465/amr.2006.19379628>
- Miralles, F., Giones, F., & Gozun, B. (2017). Does direct experience matter? Examining the consequences of current entrepreneurial behavior on entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(3), 881–903. <https://doi.org/10.1007/s11365-016-0430-7>

- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 16(2), 92–111. <https://doi.org/10.1108/13552551011026995>
- Neck, H. M., & Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship Education: Known Worlds and New Frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55–70. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00314.x>
- Nelson, R. R. (2009). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Harvard University Press. Retrieved from https://books.google.com.mx/books?id=6Kx7s_HXxrkC
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (McGraw-Hill Series in Psychology). (McGraw-Hill Series in Psychology), Ed.).
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (2010). *Psychometric theory*. Tata McGraw-Hill Ed. Retrieved from https://books.google.com.mx/books?id=_6R_f3G58JsC&dq=Nunnally+%26+Bernstein,+1994.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwja8Yr6-bDbAhUXCDQIHTUrCpMQ6AEIKzAA
- Peroni, C., Riillo, C. A. F., & Sarracino, F. (2016). Entrepreneurship and immigration: evidence from GEM Luxembourg. *Small Business Economics*, 46(4), 639–656. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9708-y>
- Peterson, R. A. (1994). A Meta-Analysis of Cronbach's Coefficient Alpha. *Journal of Consumer Research*, 21(2), 381. <https://doi.org/10.1086/209405>
- Pima County. (2016). *Economic Development - Pima County*.
- Quinn, J. B. (1991). *The strategic process. Concept, context, cases*. New York Irwin.
- Raman, K., Anantharaman, R. N., & Ramanathan, S. (2013). Environmental, Personality and Motivational Factors: A Comparison Study Between Women Entrepreneurs and Women Non Entrepreneurs in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 8(13), 15–23.
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385. <https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
- Ringle, C., Wende, S., & Becker, J. (2017). *SmartPLS—Statistical Software for Structural Equation Modeling*. Retrieved from

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Ringle%2C+Wende%2C+%26+Bec ker%2C+2017+SMARTPLS&btnG=

Robertson, D. W., & Grant, P. R. (2016a). Immigrant entrepreneurship from a social psychological perspective. *Journal of Applied Social Psychology*, 46(7), 394–409. <https://doi.org/10.1111/jasp.12369>

Robertson, D. W., & Grant, P. R. (2016b). Immigrant entrepreneurship from a social psychological perspective. *Journal of Applied Social Psychology*, 46(7), 394–409. <https://doi.org/10.1111/jasp.12369>

Roldán, J. L., & Cepeda, G. (2016). Modelos de Ecuaciones Estructurales basados en la Varianza: Partial Least Squares (PLS) para Investigadores en Ciencias Sociales. Universidad de Sevilla, España.

Roldán, J., Methodologies, M. S.-F.-, And, I., & 2012, U. (2012). Variance-based structural equation modeling: guidelines for using partial least squares. In IGI Global (Ed.), *books.google.com* (pp. 193–221). Hersey, USA. Retrieved from <https://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=&id=C6GeBQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA193&dq=Roldán+%26+Sánchez-Franco,+2012&ots=Mqm8jtNs5Q&sig=M0-G0WZBZOoMHi5SSQm1kaNk7DI>

Runyan, R., Droge, C., & Swinney, J. (2008). Entrepreneurial Orientation versus Small Business Orientation: What Are Their Relationships to Firm Performance? *Journal of Small Business Management*, 46(4), 567–588. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2008.00257.x>

Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2014). Positive Psychology: An Introduction. In *Flow and the Foundations of Positive Psychology* (pp. 279–298). Dordrecht: Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-017-9088-8_18

Serviere, L. (2010). Forced to Entrepreneurship: Modeling The Factors Behind Necessity Entrepreneurship. ASBE 35 Th Anniversary Conference *Journal of Business and Entrepreneurship*, 22(1). Retrieved from <https://search.proquest.com/openview/de1fd450ff29dd244d6b76b59bd31d17/1?pq-origsite=gscholar&cbl=33312>

Shahid, M. S., Imran, Y., & Shehryar, H. (2017). Determinants of entrepreneurial intentions: An institutional embeddedness perspective. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/08276331.2017.1389053>

- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257–279. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(03\)00017-2](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00017-2)
- Shepherd, D. A., & Haynie, J. M. (2011). Venture failure, stigma, and impression management: A self-verification, self-determination view. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5(2), 178–197. <https://doi.org/10.1002/sej.113>
- Shinnar, R. S., Cardon, M. S., Eisenman, M., Zuiker, V. S., & Lee, M.-S. (2009). Immigrant and Us-Born Mexican-Owned Businesses: Motivations and Management. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 14(03), 273–295. <https://doi.org/10.1142/S1084946709001296>
- Shinnar, R. S., & Young, C. A. (2008). Hispanic Immigrant Entrepreneurs in the Las Vegas Metropolitan Area: Motivations for Entry into and Outcomes of Self-Employment. *Journal of Small Business Management*, 46(2), 242–262. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2008.00242.x>
- Sigler, K. (2011). CEO Compensation and Company Performance. *Business and Economics Journal*, 2011. Retrieved from <http://astonjournals.com/bej>
- Soydas, Y., & Aleti, T. (2015). Immigrant and second-generation Turkish entrepreneurs in Melbourne Australia. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(2), 154–174. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2013-0185>
- Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (2007). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management*. In *Entrepreneurship* (pp. 155–170). Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-540-48543-8_7
- Stewart, W. H., & Roth, P. L. (2007). A Meta-Analysis of Achievement Motivation Differences between Entrepreneurs and Managers*. *Journal of Small Business Management*, 45(4), 401–421. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2007.00220.x>
- Tata, J., & Prasad, S. (2015). Immigrant family businesses: social capital, network benefits and business performance. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(6), 842–866. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2014-0111>
- Tipu, S. A. A. (2015). The Cognitive Side of Entrepreneurial Ethics: What Do We Still Need to Know? *Journal of Enterprising Culture*, 23(01), 117–137. <https://doi.org/10.1142/S0218495815710016>
- Uy, M. A., Chan, K.-Y., Sam, Y. L., Ho, M. R., & Chernyshenko, O. S. (2015). Proactivity, adaptability and boundaryless career attitudes: The mediating role of entrepreneurial alertness. *Journal of Vocational Behavior*, 86, 115–123. <https://doi.org/10.1016/J.JVB.2014.11.005>

- van Gelderen, M., Brand, M., van Praag, M., Bodewes, W., Poutsma, E., & van Gils, A. (2008). Explaining entrepreneurial intentions by means of the theory of planned behaviour. *Career Development International*, 13(6), 538–559. <https://doi.org/10.1108/13620430810901688>
- Vandenberg, R. J., & Lance, C. E. (2000). A Review and Synthesis of the Measurement Invariance Literature: Suggestions, Practices, and Recommendations for Organizational Research. *Organizational Research Methods*, 3(1), 4–70. <https://doi.org/10.1177/109442810031002>
- Welter, F., Xheneti, M., & Smallbone, D. (2017). Entrepreneurial resourcefulness in unstable institutional contexts: The example of European Union borderlands. *Strategic Entrepreneurship Journal*. <https://doi.org/10.1002/sej.1274>
- Wiklund, J., Yu, W., Tucker, R., & Marino, L. D. (2017). ADHD, impulsivity and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 32(6), 627–656. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.07.002>
- Yoon, H., Yun, S., Lee, J., & Phillips, F. (2015). Entrepreneurship in East Asian Regional Innovation Systems: Role of social capital. *Technological Forecasting and Social Change*, 100, 83–95. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2015.06.028>
- Zahra, S. A. (2007). Contextualizing theory building in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 22(3), 443–452. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2006.04.007>
- Zahra, S. A., & Nambisan, S. (2012). Entrepreneurship and strategic thinking in business ecosystems. *Business Horizons*, 55(3), 219–229. <https://doi.org/10.1016/J.BUSHOR.2011.12.004>
- Zahra, S. A., Newey, L. R., & Li, Y. (2014). On the Frontiers: The Implications of Social Entrepreneurship for International Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 137–158. <https://doi.org/10.1111/etap.12061>
- Zahra, S. A., & Wright, M. (2011). Entrepreneurship's Next Act. *Academy of Management Perspectives*, 25(4), 67–83. <https://doi.org/10.5465/amp.2010.0149>
- Zanakis, S. H., Renko, M., & Bullough, A. (2012). Nascent Entrepreneurs and The Transition to Entrepreneurship: Why do people start new Businesses? [Http://Dx.Doi.Org/10.1142/S108494671250001X](http://Dx.Doi.Org/10.1142/S108494671250001X). <https://doi.org/10.1142/S108494671250001X>
- Zolin, R., & Schlosser, F. (2013). Characteristics of Immigrant Entrepreneurs and Their Involvement in International New Ventures. *Thunderbird International Business Review*, 55(3), 271–284. <https://doi.org/10.1002/tie.21543>