



**El Efecto de la Nacionalidad en los Emprendimientos en Colombia**

**Trabajo de Grado**

**Sergio Alejandro Motta Jiménez**

**Escuela de Administración**

**Universidad Del Rosario**

**Bogotá D.C, Colombia**

**2024**



**El Efecto de la Nacionalidad en los Emprendimientos en Colombia**

**Sergio Alejandro Motta Jiménez**

**Lizeth Fernanda Serrano Cárdenas**

**Administración de Negocios Internacionales**

**Escuela de Administración**

**Universidad Del Rosario**

**Bogotá D.C, Colombia**

**2024**

### **Declaración de originalidad y autonomía**

Declaro bajo la gravedad del juramento, que he escrito la Revisión de literatura titulada “El efecto de la nacionalidad en los emprendimientos en Colombia”, en opción de grado de Asistente de Investigación II y que por lo tanto, su contenido es original.

Declaro que he indicado clara y precisamente todas las fuentes directas e indirectas de información y que esta Revisión no ha sido entregado a ninguna otra institución con fines de calificación o publicación.

### **Declaración de originalidad y autonomía**

Declaro que la responsabilidad intelectual del presente trabajo es exclusivamente de su autor. La Universidad del Rosario no se hace responsable de contenidos, opiniones o ideologías expresadas total o parcialmente en él.

**Tabla de contenido**

Resumen .....	8
Abstract.....	9
Palabras clave: .....	9
1. Introducción .....	10
2. Metodología .....	18
2.1 Análisis Teórico.....	18
2.2 Análisis Estadístico .....	20
2.3 Análisis de Resultados .....	24
3. Revisión de Literatura.....	25
3.1 Marco Conceptual y Desarrollo de Hipótesis .....	29
3.1.1 Barreras Contextuales y su Relación con Emprendimiento y Migración	29
3.1.2 Las Redes y su Relación con Emprendimiento y Migración .....	34
3.1.3 Género y su Relación con Emprendimiento y Migración .....	36
4. Resultados.....	38
5. Conclusiones.....	43
6. Referencias .....	47

**Lista de Tablas**

<b>Tabla 1</b> Descripción de las Hipótesis .....	19
<b>Tabla 2</b> Variables trabajadas.....	21
<b>Tabla 3</b> Matriz de Correlación .....	39
<b>Tabla 4</b> Matriz de Correlación de Redes en Empresarios Migrantes.....	41

**Lista de ilustraciones**

<b>Ilustración 1</b> Composición de la Revisión de Literatura .....	27
---	----

## **El efecto de la nacionalidad en los emprendimientos en Colombia**

### **Resumen**

Este estudio examina el efecto de la nacionalidad en el éxito de los emprendimientos en Colombia, medido en factores como el nivel de ingreso y el tamaño de la empresa, identificando las variables que influyen en la diferencia de rendimientos entre emprendimientos nacionales y emprendimientos migrantes. Se utilizó una metodología mixta basada en una revisión rigurosa de literatura acerca del tema a trabajar y un análisis estadístico fundamentado en pruebas t-Student y Wilcoxon a una muestra realizada a 770 emprendedores ubicados en los departamentos de Santander, Norte de Santander y Guajira, regiones que son frontera con Venezuela. Los hallazgos revelan que los emprendimientos nacionales suelen ser más exitosos que los emprendimientos migrantes. Los emprendedores nacionales reportaron mayores ingresos, tamaños de empresa más grandes, niveles educativos más altos y más experiencia empresarial. En contraste, se evidencia que la proporción de migrantes que emprenden por necesidad es mayor que el porcentaje de nacionales que emprenden por necesidad, explicando parte del efecto de la nacionalidad en los emprendimientos en Colombia. Finalmente, se recomienda el desarrollo de políticas públicas de fácil acceso para los migrantes enfocándose en programas de educación y capacitación empresarial.

## Abstract

This study examines the effect of nationality on the success of entrepreneurship in Colombia, measured by factors such as income level and firm size, identifying the variables that influence the difference in performance between national and migrant entrepreneurs. A mixed methodology was used based on a rigorous review of the literature on the subject and a statistical analysis based on t-Student and Wilcoxon tests of a survey of 770 entrepreneurs located in the departments of Santander, Norte de Santander and Guajira, regions that border Venezuela. The findings reveal that domestic ventures tend to be more successful than migrant ventures. National entrepreneurs reported higher incomes, larger firm sizes, higher educational levels and more entrepreneurial experience. In contrast, it is evident that the proportion of migrants who undertake out of necessity is higher than the percentage of nationals who undertake out of necessity, explaining part of the effect of nationality on entrepreneurship in Colombia. Finally, the development of public policies that are easily accessible to migrants is recommended, focusing on entrepreneurial education and training programs.

**Palabras clave:** Emprendimiento, Migrante, espíritu empresarial impulsado por necesidad, espíritu empresarial impulsado por oportunidad, Efecto, Emprendimiento Migrante En Colombia.

## 1. Introducción

Dentro de la literatura, existen múltiples definiciones de emprendimiento. Algunos autores lo definen como una combinación entre ser propietario de un negocio y trabajar por cuenta propia (Thompson, 2009). Por otro lado, para Mazuera et al (2022), el emprendimiento se explica como el proceso en el que intervienen diversos factores como la creatividad y cuyo resultado es la invención, modificación o mejora de un producto. Este artículo se centra en las diferencias en el éxito entre emprendimientos nacionales y emprendimientos migrantes en Colombia. Para cumplir este objetivo se estudiará las disparidades entre los emprendimientos de migrantes y nacionales ubicados en tres departamentos colombianos que son frontera con Venezuela: Santander, Norte de Santander y Guajira. Al respecto, Sinkovics (2021), define el emprendimiento migrante como las actividades empresariales realizadas dentro del territorio nacional por individuos nacidos en el extranjero, esta definición es la que se usará constantemente en el desarrollo del documento.

En el campo de la migración, ha existido durante años una teoría que explica las motivaciones detrás de la migración de individuos, esa misma premisa se sigue aplicando hoy en día en el estudio de la migración. En 1885, Georg Ravenstein publicó un artículo titulado *Migration Laws*, el cual buscaba entender el fenómeno de la migración que había sido poco estudiado para aquella época (Ravenstein, 1885). Una gran contribución surgida de este artículo fue la teoría *push-pull*. Según esta propuesta, la decisión de migrar por parte de los individuos puede verse motivada por características del país de origen que obligan al

migrante a abandonar su lugar de residencia (factores push), o por cualidades que el migrante observa en el país de destino (factores pull) (Arango, 1985). La hipótesis “push” explica el emprendimiento por necesidad a través de las condiciones laborales y el aumento del desempleo, esta situación reduce las perspectivas de encontrar un empleo bien remunerado, empujando a los individuos hacia los llamativos rendimientos del escenario empresarial (Dawson & Henley, 2012). El país receptor puede aprovechar el capital social de las personas que migran de su país debido a factores push como la pobreza, guerra o violación de los derechos humanos, como fuente de insumo para el desarrollo de nuevos emprendimientos (Del-Aguila et al., 2022).

Sin embargo, los factores push también se pueden presentar en el país de acogida, los migrantes pueden enfrentarse a diferentes barreras que les impiden acceder al mercado laboral local, empujándolos a emprender por necesidad, siendo esta la única salida que les permita mejorar su calidad de vida (Chrysostome & Arcand, 2009). Es así como nace el emprendedor por necesidad o también llamados “emprendedores refugiados”, los migrantes se convierten en un grupo de estatus inferior que buscan superar esa brecha por medio de la creación de empresas (Mago, 2020).

Chrysostone y Arcand (2009) mencionan dentro de su artículo *Survival of Necessity Immigrant Entrepreneurs: An Exploratory Study* la teoría de las desventajas del mercado, según esta idea, los problemas que experimentan los inmigrantes para entrar en el mercado laboral del país de acogida, impulsan al individuo a recurrir al auto empleo, resultando en la única alternativa laboral para ellos. Por otro lado, Block y Wagner (2010) definen al emprendedor por necesidad como aquella persona que se vio empujada a emprender por

factores externos, principalmente por la pérdida involuntaria de su empleo. En cambio, el emprendedor por oportunidad es que aquel individuo que abandona voluntariamente su trabajo remunerado y hace uso de sus múltiples habilidades para crear empresa y explotar una oportunidad hallada (Alam et al., 2021). Los negocios que se crean como respuesta a alguna carencia o condición, como la falta de ingresos, una baja calidad de vida, entre otros, son considerados emprendimientos por necesidad. Por el contrario, aquellos emprendimientos que surgen de la habilidad para identificar una idea de negocio o una necesidad no satisfecha son considerados emprendimientos por oportunidad (Yu & Lu, 2023).

Knigh (2015) menciona una particularidad dentro del proceso de crear empresa para los extranjeros, en múltiples ocasiones los migrantes son rechazados por la sociedad del país de acogida, esto genera que vean en el emprendimiento la forma más atractiva de alcanzar un mayor estatus y una mejorar su calidad de vida. Mago (2020) también destaca la falta de satisfacción laboral y malas condiciones laborales como factores que empujan a los migrantes a crear su propio negocio. Es posible que este escenario aplique para el caso de migrantes venezolanos en Colombia, en donde existe una discriminación marcada para las personas procedentes del país vecino (Aguilar et al., 2023). Gracias a las actitudes públicas y sociales, los migrantes pueden enfrentarse a cierto nivel de discriminación, que los impulsa a buscar diferentes alternativas para escapar de esa realidad, encontrando en el autoempleo un camino para alcanzar ese objetivo (Chen & Fan, 2021).

Ullah et al. (2016) identifican en la discriminación un factor determinante que impide a los migrantes acceder a diferentes oportunidades que surgen en el mercado. La

fuerte discriminación hacia los migrantes suele explicarse a través de la escasez de empleo, los locales ven en los extranjeros una amenaza y una fuerte competencia para su trabajo, este fenómeno impulsa a los locales a lanzar ataques xenófobos en contra de los migrantes (Mago, 2020). Este mismo autor menciona la Teoría de la Discriminación, según esta idea, la formación de empresarios migrantes está impulsada por el entorno local discriminatorio y, por lo tanto, su espíritu empresarial es generado por necesidad más que por oportunidad. Gracias a la fuerte discriminación laboral y a los múltiples ataques xenófobos, los migrantes se ven obligados a identificar oportunidades de negocio, con el fin de crear su propio emprendimiento y así poder mejorar su calidad de vida (Sinkovics & Reuber, 2021).

En el contexto venezolano en Colombia, gran parte de los nuevos negocios de migrantes venezolanos presentan características de emprendimiento por necesidad. Colombia, al igual que muchos países latinoamericanos, tiene una baja absorción de mano de obra en trabajos formales (Batz Liñeiro et al., 2023). Por lo tanto, al llegar a Colombia, muchos de estos migrantes se enfrentan a una realidad difícil al no lograr conseguir empleo estable, lo que los impulsa a optar por otros proyectos que mejoren su calidad de vida (Mazuera-Arias et al., 2019).

El estudio de emprendimientos migrantes surge como respuesta al afán de comprender la crisis migratoria que enfrenta Venezuela desde hace unos años, permitiendo así generar políticas públicas adecuadas que ayuden a mitigar los efectos negativos de la crisis migratoria en Colombia. Según Mazuera et al (2019), para el año 2019 más de 3,4 millones de venezolanos habían emigrado de su país, gran parte de este fenómeno se atribuye a la baja calidad de vida que experimentan los ciudadanos de esa nación. En el año

2021, la pobreza extrema en Venezuela alcanzó el 76,6%, lo que representa un aumento de 8,9 puntos porcentuales con respecto al periodo anterior (Mazuera-Arias et al., 2022).

Asimismo, el deterioro en la calidad de diversos servicios, especialmente en el ámbito de la salud, ha generado la necesidad de migrar a otros territorios en busca de una mejor calidad de vida.

A pesar de la importancia del concepto de emprendimiento dentro del ámbito científico, este fenómeno no ha sido ampliamente investigado en el segmento de migrantes en Latino América (Dal Bello et al., 2022). Tras leer y analizar los artículos seleccionados en este trabajo, se encontró que gran parte de los documentos que abordan este tema se centran en estudiar cómo los migrantes construyen sus emprendimientos, en entender las dificultades que deben enfrentar para lograr sus objetivos, y los factores que los impulsan a crear empresas en territorios extranjeros, además, gran parte de la literatura se encarga de estudiar este fenómeno en Estados Unidos y Europa (Aliaga-Isla & Rialp, 2013; Ramos-Escobar et al., 2022). Sinkovics y Reuber (2021) resalta que gran parte de la literatura destaca las condiciones laborales del país anfitrión como una oportunidad para los migrantes. Así mismo, menciona que el abuso, la discriminación y la explotación constituyen características negativas que motivan a los emprendedores migrantes a tomar la decisión de crear su propio negocio.

En el contexto de los migrantes venezolanos en Colombia, Mazuera et al. (2022) identifican la violencia e inseguridad en Venezuela y la reagrupación familiar como factores característicos de emprendimiento por necesidad, mientras que relaciona la identificación de oportunidades y las normativas laborales son factores de oportunidad para los migrantes

venezolanos. Otros factores que impulsan a los migrantes a convertirse en emprendedores son los bajos salarios, la insatisfacción con sus trabajos y el miedo a ser despedidos (Guzmán, 2022). En el caso de las mujeres, el deseo de mejorar la calidad de vida no se enfoca únicamente en ellas mismas, sino que se traslada a la necesidad de brindar mejores oportunidades y calidad de vida a sus familias (Al-Dajani & Marlow, 2013). Otra motivación de emprendimiento en las mujeres es la necesidad de tener un trabajo con un horario más flexible que le permita equilibrar la vida laboral con su vida familiar y así poder ejercer labores de cuidado no remunerado y compartir tiempo sus familias, encontrando en el emprendimiento la respuesta a todas sus solicitudes (Álvarez & Mazanett, 2020; Sánchez-Flores et al., 2014). En resumen, en Colombia los emprendimientos migrantes que surgen por necesidad suelen ser producto de una baja calidad de vida, bajos salarios, empleos inestables y cargas laborales extremas.

Por otro lado, dentro de los principales factores que corresponden a emprendimientos por oportunidad se destacan las ayudas gubernamentales, el apoyo financiero, las redes amplias y la oportunidad de compartir cultura y tradiciones con el país de acogida (Ramos-Escobar et al., 2022). Aunque en el caso de los migrantes venezolanos en Colombia, las ayudas institucionales a este grupo de individuos son muy escasas, sobresale la fuerte red de apoyo que existe entre esta comunidad. Las redes que logran construir los venezolanos en Colombia obedecen en gran parte al deseo de reagrupación familiar y a la aspiración de tener una cultura similar a la colombiana (Mazuera et al., 2022). Muchos venezolanos identifican en las características del entorno una oportunidad que les permite crear su propio emprendimiento, lo que les proporcionaría una mejor

calidad de vida, mejores condiciones laborales y un horario más flexible. En el caso de las mujeres venezolanas emprendedoras en Colombia, reconocen la oportunidad de impulsar su desarrollo profesional y contribuir a su proyecto de vida mediante la creación de un negocio (Álvarez & Mazanett, 2020). Es así como los emprendimientos contribuyen a la disminución de brechas y al empoderamiento de las mujeres migrantes a través de la participación en nuevos roles.

Algunos autores, como Guzmán (2022) y Levie (2007), estudian el efecto de ser migrante a la hora de crear empresa en Estados Unidos y Reino Unido, respectivamente. Sin embargo, son muy pocas las investigaciones que se enfocan en esta área en el contexto latino americano y, más aún, el colombiano. Precisamente en este campo se decidió enfocar este artículo, el objetivo de este documento es entender el efecto de ser migrante en el éxito de los emprendimientos creados en Colombia, midiendo el éxito empresarial a través del nivel de ventas y del tamaño del negocio del empresario. Algunos autores como Kushnirovich et al (2017) asocian negativamente la nacionalidad extranjera con la propensión a crear un negocio, para ellos los migrantes suelen tener una mayor aversión al riesgo y una menor probabilidad de emprender. Sin embargo, gran parte de la literatura analizada expone lo opuesto, la posibilidad de emprender suele ser mayor para los migrantes en comparación con los nacionales (Guerrero et al., 2021).

En otras palabras, los extranjeros tienen una probabilidad más alta de emprender que los nacionales (Levie, 2007), es posible que esta características se deba a la menor aversión al riesgo que suele encontrarse en los migrantes, sin embargo, las características del entorno en el que conviven también puede influir en la decisión de emprender. Este

artículo busca explicar ¿Cómo influye la nacionalidad de los emprendedores migrantes en Colombia en el éxito de sus emprendimientos? y ¿cómo se puede explicar esta diferencia entre poblaciones? Dentro de este documento se entiende y se mide el éxito empresarial a través de la rentabilidad y el crecimiento del emprendimiento (Chrysostome & Arcand, 2009). Este tema de investigación resulta de gran utilidad gracias al fenómeno migratorio que se ha presentado en los últimos años en Colombia y los diferentes conflictos y problemáticas que han surgido a través de este proceso. La crisis migratoria representa un gran reto para el mercado laboral colombiano ya que, la tasa de informalidad y de desempleo en esta población es muy superior a la media nacional y, a su vez, sus cargas laborales suelen ser superiores (Santander et al., 2023).

Aguilar et al. (2023) encontraron que la participación de migrantes en la fuerza de trabajo colombiana tiene efectos en la tasa de desempleo nacional y, a su vez, genera desplazamientos en la mano de obra nacional. Este fenómeno puede explicar el descontento y discriminación que sufren los migrantes venezolanos a la hora de conseguir un empleo, obligándolos a aceptar empleos con bajas condiciones laborales. Además, se encuentra que la imposibilidad de validar títulos profesionales impide al migrante venezolano acceder a un empleo formal en Colombia (Ramírez-Martínez et al., 2018). Es así como la situación del mercado laboral colombiano, junto con la discriminación, empujan al migrante a emprender con el objetivo de superar esta brecha. Sin embargo, dentro del escenario empresarial los migrantes también se encuentran múltiples barreras que les impiden alcanzar su potencial, representando un problema para la productividad nacional y reducción de desigualdades (Fairlie & Robb, 2008). Bajo esta problemática surge el tema

de investigación de este artículo, se busca que sirva como un insumo para entender el efecto de la nacionalidad en el éxito de los emprendimientos en Colombia.

## **2. Metodología**

### **2.1 Análisis Teórico**

El objetivo de esta investigación es entender el efecto que tiene la nacionalidad en el éxito de los emprendimientos que nacen en Colombia a través de las particularidades que crean las diferencias entre emprendimiento por necesidad y emprendimiento por oportunidad en Colombia. Inicialmente se realizó una búsqueda de documentos que permitiera entender el tema a trabajar y diera un contexto acerca de las primeras hipótesis que se plantearon; existe una desventaja a la hora de crear un emprendimiento en Colombia por el hecho de ser migrante. La recolección de los artículos y diferentes fuentes de información, se realizó a través de las bases de datos Scopus reconocida por ser una de las bases de datos con mayor cantidad y calidad de fuentes bibliográficas.

Además, se descubrieron en las referencias de algunos artículos específicos fuentes de información útiles para el proyecto, por tal motivo se utilizó la técnica de recolección bibliográfica Snowballing-bola de nieve que consiste en examinar las referencias de trabajos ya seleccionados para poder complementar el material bibliográfico necesario para la investigación (Mack et al., 2005). Los artículos mencionados anteriormente fueron seleccionados gracias al aporte hecho por los autores en el área de emprendimiento migrante, los artículos estudiados contienen resultados relevantes y necesarios para

entendimiento y correcto desarrollo de la presente investigación. Gracias al proceso mencionado anteriormente fue posible la formulación y elaboración de las diferentes hipótesis presentadas en el documento. A continuación, se describen brevemente cada hipótesis no sin antes aclarar que para medir el éxito empresarial seguimos lo mencionado por Chrysostome y Arcand (2009), la manera más usual de determinar el éxito de un emprendimiento es a través de la rentabilidad y el crecimiento de la empresa.

**Tabla 1**

*Descripción de las Hipótesis*

<b>Número de hipótesis</b>	<b>Descripción</b>	<b>Variables involucradas</b>	<b>Dirección Esperada</b>
H1	Ser migrante tiene un efecto negativo que influye en el éxito de los emprendimientos creados en Colombia.	Migrante, Incomes y Size	Negativa
H2	Los emprendimientos que surgen por necesidad tienen menos éxito que aquellos emprendimientos que nacen por oportunidad.	Type, Incomes y Size	Negativa
H3	Las redes de contacto que forman los migrantes en Colombia, impulsan positivamente los emprendimientos migrantes.	Networking, Incomes y Size	Positiva
H4	El hecho de ser mujer migrante representa una doble desventaja en el éxito de su	Gender, Migration, Incomes and Size	Negativa

---

emprendimiento; primero por el género y  
segundo por la nacionalidad.

---

Fuente: elaboración propia

## **2.2 Análisis Estadístico**

Para poder con cumplir el objetivo de investigación de este artículo, se generó una base de datos con información recolectada de nacionales y migrantes en los departamentos de Santander, Norte de Santander y Guajira, regiones que son frontera con Venezuela. Se realizó una encuesta que tuvo lugar en dos momentos: (1) entre 15 marzo y el 15 de abril 2023 se recolectaron 220 observaciones y (2) Entre 1 mayo a 10 de junio 550 observaciones. Dentro de este formulario se realizaron preguntas que permitieran obtener información a través de datos socio-demográficos, educativos, barreras para el emprendimiento y de desarrollo del emprendimiento.

El proceso de la normalización de los datos se aplicó a todas las variables no dummies trabajadas. El método elegido para realizar este proceso fue el de mínimos y máximos que consiste en restar cada observación con el mínimo de la variable y dividirlo entre el resultado de la resta del máximo y mínimo de la variable, con este proceso es posible mover levemente los datos hacía la media (Rojas-Jimenez, 2022). A continuación, se etiquetan y describen todas las variables trabajadas.

**Tabla 2***Variables Trabajadas*

<b>Variable</b>	<b>Normalized</b>	<b>Type</b>
Incomes	1 - Less than 1 SMLV (\$908,526)	6- Point Likert Scale
	2 - Between 1 SMLV and 2 SMLV (between \$908,526 and \$1,817,052)	
	3 - Between 2 and 3 SMLV (between \$1,817,052 and \$2,725,578)	
	4 - Between 3 and 4 SMLV (between \$2,725,578 and \$3,634,104)	
	5 - Between 4 and 5 SMLV (between \$3,634,104 and \$4,542,630 and up)	
	6 - More than 5 SMLVs	
Education	0 - None	5- Point Likert Scale
	1 - Primary (up to 5th grade)	
	2 - Secondary (up to 11th grade)	
	3 - Technician or Technologist	
	4 - Undergraduate	
5 - Postgraduate		

Nationality	0 - Local	1-
	1 - Migrant	Point Likert Scale
Gender	0 - Male	1-
	1 - Female	Point Likert Scale
Type	0 - Opportunity	1-
	1 - Necessity	Point Likert Scale
Experience	0 - This is my first time	
	1 - 1 time	
	2 - 2 times	5-
	3 - 3 times	Point Likert Scale
	4 - 4 times	
	5 - Over 4 times	
Networking	1 - Strongly agree	
	2 - Agree	4-
	3 - Disagreement	Point Likert Scale
	4 - Strongly disagree	
Size	1 - One employee	5-
	2 - Two employees	Point Likert Scale

---

3 - Three employees

4 - Four employees

5- Five or more employees

---

Fuente: elaboración propia

La tabla 2 describe la composición de cada variable trabajada, Incomes corresponde a los ingresos de cada emprendedor medidos por salarios mínimos que para la fecha de recolección de datos era de \$908.526 pesos colombianos, se utilizó la escala de Likert de 1 a 6, donde uno es un salario mínimo legal vigente y seis son ingresos superiores a 5 salarios mínimos legales vigentes. La variable Education corresponde al nivel educativo de cada encuestado, en este caso se utilizó la escala de Likert de 0 a 5, donde cero equivale a aquellos individuos que no completaron la primaria y cinco son aquellos con estudios de posgrado. Nationality es una variable dummy que toma valor de uno si el empresario es migrante o cero si es nacional. Gender es otra variable dummy que se vuelve uno cuando el individuo es mujer y cero cuando es hombre. Type es la última dummy tratada en este estudio, toma el valor de uno cuando el individuo emprende por necesidad y cero cuando emprende por oportunidad.

Experience corresponde a la experiencia empresarial de cada individuo, para esta variable se utilizó la escala de Likert de 0 a 5, donde cero equivale a que el individuo no ha emprendido anteriormente y cinco son aquellos empresarios que han emprendido más de cuatro veces. Networking es una variable que mide la percepción del tamaño de la red de contactos de cada emprendedor a la hora de crear su negocio, se utilizó la escala de Likert de 1 a 4, donde uno es que el individuo está totalmente de acuerdo en que no tiene los

suficientes contactos que le ayuden a empezar su negocio y cuatro es que el individuo está en desacuerdo con esta información. Finalmente, la variable Size hace referencia al tamaño de la empresa medido por el número de trabajadores dentro de ella, se utilizó la escala de Likert de 1 a 5, donde uno es que la empresa tiene un solo trabajador y cinco es que la empresa tiene cinco o más trabajadores.

Con el fin de respaldar o rechazar las hipótesis generadas se usaron las pruebas t-Student, estas permiten comparar diferencias entre muestras cuando son independientes y siguen una distribución normal (Sánchez, 2015). Como nuestros datos no siguen una distribución normal, para respaldar los resultados obtenidos se realizó el test de Wilcoxon que suele utilizarse como una alternativa a la prueba t-student cuando los datos no siguen una distribución normal (Quispe et al., 2019). Con el fin de entender mejor el efecto de la variables trabajadas, se realizaron matrices de correlación con las variables trabajadas, esta mide la asociación entre las variables que se introducen (Díaz Monroy, 2007). Para desarrollar todo el proceso estadístico mencionado anteriormente, se utilizó el programa estadístico R-studio indispensable para poder ejecutar y aplicar las pruebas y procesos utilizados en el análisis descriptivo realizado.

### **2.3 Análisis de Resultados**

Tras realizar las diferentes pruebas estadísticas que permitan rechazar o comprobar las hipótesis formuladas, se compararan los resultados obtenidos con lo mencionado dentro de la literatura analizada, esto con el fin de descubrir si los hallazgos alcanzados son apoyados o no por estudios previos. Por otro lado, se analizará la posible divergencia de los resultados obtenidos con los hallazgos de otros artículos. Adicionalmente, se discutirá las

implicaciones teóricas y prácticas que nacen de los resultados de este documento.

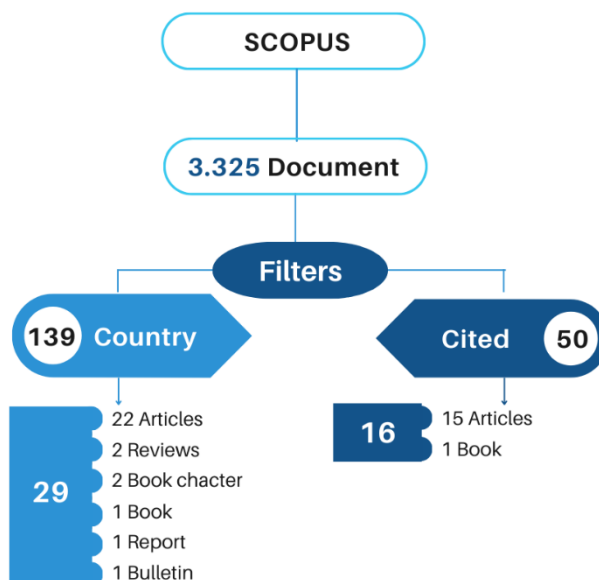
Finalmente, se mencionarán las posibles limitaciones de este estudio y se discutirán algunas recomendaciones para investigaciones futuras.

### **3. Revisión de literatura**

La fase de revisión de literatura se realizó en 5 etapas: (1) identificación de palabras clave dentro del tema de investigación, (2) formulación de las ecuaciones de búsqueda, (3) implementación de las ecuaciones de búsqueda y extracción de los artículos que cumplen con los criterios de calidad, (4) formulación de códigos de lectura, (5) lectura de los documentos seleccionados.

El tema de investigación seleccionado no se caracteriza por ser ampliamente investigado, es por eso que fue necesario incluir una ecuación de búsqueda con múltiples términos. Inicialmente la ecuación utilizada fue: “(entrepreneur\* OR entrepreneurship OR "necessity driven entrepreneurship" OR "opportunity-driven entrepreneurship") AND ("migrant workers" OR "human migration" OR migration OR migrants OR "labour migrants" OR “immigrant entrepreneurs”)” gracias a la interacción de estos términos fue posible encontrar una gran cantidad de artículos. Los resultados de la ecuación de búsqueda utilizada arrojaron un total de 3325 documentos. Con el fin de reducir el tamaño de la muestra para extraer los textos necesarios para la elaboración de artículo, fue necesario aplicar dos filtros a los hallazgos obtenidos. El primer delimitador fue excluir aquellos documentos que no pertenecieran a países latinoamericanos, gracias a este proceso fue

posible reducir la muestras a 139 artículos. Posteriormente, se eliminó este filtro y se organizó la base original por aquellos documentos más citados, después de esta manipulación se seleccionaron los 50 primeros textos para poder hacer el filtro de calidad y escoger aquellos estudios que aportaran valor a la investigación. El criterio de calidad que se aplicó para seleccionar los artículos finales fue determinar por medio del resumen y palabras clave de cada documento, si el objetivo de cada investigación estudiaba las diferencias entre emprendimientos nacionales y migrantes o comparaba el desarrollos entre emprendimientos locales y migrantes, además, se seleccionaron aquellos artículos que se enfocaban en explicar los emprendimientos por necesidad y oportunidad en migrantes y las implicaciones de este mismo. Por otro lado, se excluyeron aquellos textos que estudiaban los emprendimientos migrantes en un contexto muy específico, ya sea en un sector de la economía, en familias empresariales, entre otros. A continuación, se enumeran los textos según el tipo.

**Figura 1***Composición de la Revisión de Literatura*

Fuente: elaboración propia

La Gráfica 1 muestra el proceso de extracción de textos. Primeramente, se aplica la ecuación de búsqueda en Scopus y se aplican por separado los dos filtros mencionados anteriormente. Del primer filtro aplicado se identificaron y extrajeron 22 artículos que se considera aportan positivamente a la investigación. Después de aplicar el segundo filtro y leer los resúmenes de los primeros 50 artículos, se determinaron que 16 de esos artículos cumplían con los criterios de selección, sin embargo, dentro de las dos olas de recolección de información, un artículo estuvo presente en los dos procesos de extracción de datos. Finalmente, los otros 7 documentos fueron seleccionados por medio del método snowballing.

Con el fin de llevar a cabo la lectura de cada uno de los textos, se construyeron 5 categorías analíticas para organizar la información obtenida: (1) definición de emprendimiento; incluye los múltiples significados de este concepto para así poder desarrollar la investigación de manera ordenada, (2) necesidad; con este código se busca entender la naturaleza y las razones de los emprendimientos por necesidad, (3) oportunidad; dentro de esta categoría se encuentra la información que nos permite entender cómo los emprendedores descubren y explotan las oportunidades que se presentan en sus entornos, (4) desigualdad; aquí se codifican todas las diferencias, ventajas o desventajas que poseen los emprendimientos de migrantes, (5) barreras; la información aquí depositada corresponde a aquellos obstáculos que se encuentran los emprendedores a la hora de crear y materializar su idea.

Adicionalmente se incluyeron otros códigos que permitieron entender mejor el desarrollo de cada investigación, dentro de estos nuevos se encuentran: (6) Cual-Cuanti; dentro de ese código se incluye el tipo de investigación realizada en cada documento, (7) muestra; hace referencia al tipo de recolección y cantidad de datos que se usó dentro de la investigación, (8) tipo de población; en esta codificación se almacena el tipo de sujetos de donde se extrajo la información, (9) variable dependiente; dentro de este punto se describe la variable de estudio del documento, esto permite entender de mejor forma el desarrollo de la investigación. Toda la información de obtenida por medio de los códigos de codificación, se almacenó una base de datos realiza en un documento Word. Esta tabla contiene la información de cada código según el artículo, haciendo más fácil la extracción e

identificación de los hallazgos de la revisión de literatura por medio de filtros aplicados a la base.

Base de datos: <https://www.dropbox.com/scl/fi/pe208383qo2utxzcidy5e/Matriz-cod.docx?rlkey=o8l341jpknl10a1umw64zxxp6&st=cnvdvjdw&dl=0>

### **3.1 Marco Conceptual y Desarrollo de Hipótesis**

#### ***3.1.1 Barreras Contextuales y su Relación con Emprendimiento y Migración***

Dentro de la literatura se menciona constantemente el idioma, la cultura y el racismo como las barreras más marcadas que sufren los migrantes cuando llegan a un país extranjero (Dal Bello et al., 2022). Las barreras lingüísticas y culturales impulsan al migrante a recurrir al emprendimiento por necesidad y supervivencia, enfocando su actividad económica en aquellas labores que no demanden el dominio del idioma local (Kloosterman & Rath, 2001). Por otro lado, autores como Gonzáles y Campbell (2018) mencionan la falta de acceso al sistema financiero local como una fuerte barrera que limita el crecimiento empresarial, especialmente cuando el emprendimiento ha alcanzado cierto nivel. La falta de un historial crediticio en el país local, el desconocimiento de políticas, normas y leyes gubernamentales dificulta al empresario migrante obtener los recursos financieros para la promoción de su negocio (Surangi, 2022). Adicionalmente, los empresarios migrantes suelen verse enfrentados a múltiples barreras informales como la exclusión de sus empresas a asociaciones empresariales ya sea por cierres sociales o por la falta de documentación adecuada (Kloosterman, 2010)

Guzmán (2022) menciona que existen remarcables diferencias entre los empresarios inmigrantes y locales a la hora de crear una empresa en territorio estadounidense, esta

desigualdad se hace aún más presente en migrantes provenientes de países que no son desarrollados como es el caso de gran parte de América Latina. Adicionalmente, este autor resalta el papel de las instituciones locales en el desarrollo de los negocios de migrantes, estos empresarios dependen del entorno político y económico que pueda atravesar el país, convirtiendo su emprendimiento en un negocio con alta volatilidad. Las desigualdades y discriminación en los empresarios migrantes es un fenómeno que se nombra constantemente en la literatura que estudia el emprendimiento migrante, Surangi (2022) menciona como los migrantes se enfrentan constantemente al deshonor, estereotipos y rechazo por parte de algunos nativos, convirtiendo su estancia en este nuevo lugar en una situación desalentadora para el migrante.

Además, Surangi (2022) recalca la fuerte discriminación que sufren los empresarios migrantes a la hora de buscar fuentes de financiación, las barreras burocráticas y administrativas muchas veces impiden que los emprendedores extranjeros logren impulsar sus negocios, limitando el impacto y desarrollo del mismo. Escobar (2022) relaciona el rendimiento empresarial con las limitaciones financieras que sufren los emprendedores, la falta de un historial crediticio válido, bajos niveles de educación que impiden entender el sistema financiero del país y la discriminación étnica, son barreras con las que se debe enfrentar un emprendedor migrante en el momento de crear una empresa en un territorio extranjero.

Esta problemática puede representar una grave desventaja para los emprendedores migrantes ya que, en ocasiones deben modificar el precio de su producto gracias a los costos adicionales en que deben incurrir por las barreras burocráticas, financieras y

sociales, lastimosamente este fenómeno vuelve poco competitivos a los emprendimientos migrantes, obligándolos a cerrar sus negocios (Fradejas-García et al., 2023). La discriminación hacia los migrantes también se presenta en el caso de los venezolanos en Colombia, Marulanda et al. (2018) descubrió que los venezolanos se sienten discriminados durante las entrevistas laborales y, a su vez, consideran que no tienen las mismas posibilidades de conseguir un empleo formal que un residente colombiano. Todos estos hallazgos hacen creer que existe un efecto negativo en la nacionalidad del empresario y que puede influir en el éxito de su negocio, esta premisa nos llevó a generar la siguiente hipótesis.

H1: los emprendimientos nacionales suelen tener mayor éxito que los emprendimientos migrantes.

Brzozowska et al. (2014) explican este fenómeno con la hipótesis de bajo rendimiento, según esta teoría, las perspectivas económicas y el desarrollo empresarial son peores para los empresarios migrantes. Escobar et al. (2022) alude las fuertes limitaciones financieras que tienen los migrantes, como una causa que explica el menor rendimiento empresarial en este grupo de individuos. La falta financiación, ataques discriminatorios y bajas condiciones laborales, empujan al inmigrante a optar por el autoempleo por medio del emprendimiento.

Guzmán (2022) explica como las diferencias entre la experiencia empresarial entre migrantes mexicanos y estadounidenses, demuestran las disparidades entre los emprendimientos migrantes y locales. Fairlie y Robb (2008) estudian las diferencias entre emprendimiento entre minorías y la comunidad blanca en Estados Unidos, dentro de su

estudio encuentran que las empresas de los latinos suelen tener ventas inferiores y una nómina más reducida en comparación con los negocios de ciudadanos blancos. Además, explican la diferencia entre rendimientos empresariales por medio de la disparidad del nivel educativo y experiencia laboral previa entre migrantes y nacionales.

Este argumento se alinea con la Teoría Capital Humano; mayores conocimientos generan una actividad más productiva y eficiente, por lo tanto, aquellos empresarios con mayor entendimiento perciben y explotan las oportunidades del mercado de una mejor manera (J. Block & Sandner, 2007). En resumen, entre mayor experiencia y formación académica tenga un individuo, mayor serán los rendimientos de su empresa. Por otro lado, estos resultados también pueden explicarse desde la literatura de emprendimiento por necesidad. Encontramos que los migrantes tienen una mayor proporción de emprendimiento por necesidad que los nacionales (Schøtt, 2018). Este tipo de negocios suelen tener diferente rentabilidad y desarrollo en los factores de éxito en comparación con los emprendimientos por oportunidad (J. H. Block & Wagner, 2010). Por tal motivo, se decidió comprobar si existe un efecto negativo en los emprendimientos que nacen por necesidad. Bajo esta premisa se generó la siguiente hipótesis:

H2: los emprendimientos por necesidad no tienen el mismo éxito que los emprendimientos por oportunidad.

Amit y Muller (1995) mencionan que las empresas que nacen por factor de oportunidad tienen más éxitos que las empresas que surgen por factores de necesidad. A su vez, Calderón et al. (2016) descubre que las empresas que nacen por oportunidad son significativamente más rentables que las empresas que surgen por necesidad. Tras controlar

las variables edad, nacionalidad y sexo de su modelo, Block y Sandner (2007) descubre que los emprendimientos por oportunidad sobreviven más en comparación con aquellos emprendimientos que nacen por necesidad. Chrysostome y Arcand (2009) encuentran que es posible explicar esta diferencia con las características del producto, ya que el artículo que nace de un emprendimiento por necesidad suele ser poco innovador y no llamativo para las instituciones financieras, impidiendo a los emprendedores acceder a los recursos necesarios para el desarrollo de su negocio. Los problemas a la hora de acceder a múltiples recursos financieros pueden explicar la disparidad de crecimiento entre emprendimientos por oportunidad y por necesidad, la falta de capital impide al empresario explotar su idea y tener mayores ventas.

Por otro lado, se observa que los migrantes emprenden por necesidad en una mayor proporción que los nacionales, este fenómeno surge por los conflictos presentes en el mercado laboral y ataques xenófobos que sufren los migrantes (Mago, 2020). Aunque existan múltiples oportunidades para los migrantes, la discriminación y el rechazo impide que puedan acceder a ellas y explotar su idea (Ullah et al., 2016). Es posible explicar la diferencia de resultados entre emprendimientos por necesidad y oportunidad gracias a la experiencia emprendiendo y el nivel de educación. Se encontró que los individuos con una mayor calificación dentro de estas variables suelen emprender más oportunidad que por necesidad (Alam et al., 2021). Este resultado concuerda con el hallazgo de (Sinkovics & Reuber, 2021); un bajo nivel educativo es un factor negativo que impulsa al individuo a emprender por necesidad. El capital humano suele generar mejor habilidades y recursos,

influyendo en la supervivencia y crecimiento del nuevo negocio (J. H. Block & Wagner, 2010).

### ***3.1.2 Las Redes y su Relación con Emprendimiento y Migración***

Un factor que se menciona constantemente dentro de la literatura y que es de suma importancia para los emprendimientos migrantes es el Networking (Basu, 1998; Schött, 2018). Mago (2020) afirma que las redes entre migrantes incentivan la creación de capital social entre esta comunidad. La capacidad de formar redes solidas que apoyen y sustenten los emprendimientos de los migrantes resulta ser un factor de emprendimiento por oportunidad para los nuevos empresarios. La creación de redes permite tener absceso a clientes potenciales y a la extracción de recursos indispensables para la materialización de su idea de negocio, adicionalmente la información resulta un elemento clave para guiar y desarrollar el emprendimiento de los migrantes (Dal Bello et al., 2022; Subrahmanyam, 2019).

De Queiro et al. (2022) destacan la información obtenida por medio de las redes como instrumento para acceder a otros clientes y potenciales recursos para sus negocios. La habilidad de formar redes solididad afecta positivamente la capacidad de acceder a nuevos mercados y oportunidades (González & Campbell, 2018; Schmutzler et al., 2021). A pesar de que Dal bello et al. (2022) mencionan el efecto positivo de la redes en los emprendimientos también recalcan las desventajas para los empresarios migrantes cuando llegan al país local y su red es limitada, la falta de reputación y confianza crean una barrera para acceder a nuevas oportunidades. Hamid et al.( 2019) y Sinkovics y Reuber (2021) remarcan el papel de la buena reputación y legitimidad en el país anfitrión dentro del éxito

del emprendimiento migrante. Adicionalmente, las redes sirven como medio para que muchos migrantes logren obtener su primer empleo en un país totalmente diferente, en donde la cultura, el idioma y las normas juegan un papel negativo en las intenciones del recién llegado migrante (Light & Bonacich, 1990). Basándonos en todo lo descrito anteriormente, decidimos formular la siguiente hipótesis para el caso colombiano:

H3: Las redes de los migrantes venezolanos son un factor de éxito en sus emprendimientos.

Doh y Zolnik (2011) menciona la existencia de un vínculo entre capital social y los resultados económicos, las redes contribuyen al desarrollo del emprendimiento por medio de la reducción de costos de transacción, búsqueda de información, negociación y decisión. Por otro lado, Block y Wagner (2010) mencionan que el capital social influye en la expectativa de supervivencia y el desarrollo de la empresa. Elo et al. (2018) afirman que la creación de redes sociales afecta al espíritu y desarrollo empresarial del migrante. Chrysostome y Arcand (2009) remarca la importancia de las redes sociales étnicas, formales e informales en la permanencia de los emprendimientos migrantes. Subrahmanyam (2019) menciona la importancia de las redes sociales en la fase de creación del emprendimiento, estas sirven como impulso para la elaboración del negocio. Según Liñan y Santos (2007) los empresarios se sienten apoyados y seguros cuando reconocen y aprovechan el papel que brinda las redes a sus negocios. Es así como por medio de su red de contactos, los migrantes logran identificar oportunidades de negocio (Fradejas-García et al., 2023). Finalmente, Chen y Fan (2021) concluyen que el tamaño de la red con otros migrantes por fuera de su país de residencia está relacionado con el tamaño de la empresa.

### ***3.1.3 Género y su Relación con Emprendimiento y Migración***

Gracias al emprendimiento y al éxito del mismo, las empresarias migrantes crean nuevas fuentes de ingreso para sus hogares, mejorando su calidad de vida, manteniéndose cerca de sus familias y creando oportunidades no solo para ellas mismas sino también para aquellos individuos que compartan su patrimonio y condición de desplazamiento (Pineda & Castiblanco, 2021). El emprendimiento para las mujeres migrantes suele ser fuente de empoderamiento femenino, por medio de este fenómeno las mujeres pueden tomar nuevos roles en la sociedad, remarcando la importancia de las mujeres en nuestras vidas (Al-Dajani & Marlow, 2013). Un ejemplo que puede representar lo mencionado anteriormente, es el caso de las mujeres migrantes en Jordania, gracias a la necesidad de generar e incrementar los ingresos de sus hogares, las mujeres palestinas tomaron la iniciativa de crear sus propios negocios desde sus casas, aprovechando las habilidades de tejido que aprendieron en su país nativo (Al-Dajani & Marlow, 2013).

Sin embargo, autores como Dal Bello et al (2022). resaltan la situación desfavorable que pueden tener las mujeres en comparación con los hombres, esto puede significar que en ocasiones las motivaciones de emprender estén relacionadas con factores de necesidad. La obligación y la presión de generar ingresos ante la limitadas oportunidades del mercado laboral, motivan a las mujeres a emprender (Al-Dajani & Marlow, 2013; Mazuera-Arias et al., 2022). Álvarez y Mazanett (2020) menciona que los negocios de las mujeres suelen tener un menor nivel de ventas, créditos y expectativa de supervivencia. Davila y Lluch (2022) recalca que existe una brecha entre hombres y mujeres en cuanto acceso a recursos

financieros que impide una paridad empresarial entre ambos géneros. Todos estos hallazgos nos impulsaron a formular la siguiente hipótesis.

H4: En Colombia las mujeres migrantes emprendedoras enfrentan una doble desventaja en el éxito de su emprendimiento; por ser migrante y por ser mujer.

Álvarez y Mazanett (2020) encontraron que las mujeres migrantes suelen tener doble discriminación, primeramente, por ser migrante y, a su vez, por ser mujer. Este fenómeno de discriminación hacia la mujer suele estar presente en países cuya cultura es derivada del islam y en naciones poco desarrolladas como es el caso de las economías latinoamericanas (Terrón-Caro, 2012). Este efecto discriminatorio hacia la mujer suele producirse gracias a la actitud machista de la sociedad, impidiendo a la mujeres explotar su capacidad emprendedora (Al-Dajani & Marlow, 2013; Alam et al., 2021). Pineda y Castiblanco (2021) encuentran que el éxito empresarial suele verse afectado por el género; a pesar de que hombres y mujeres inician su emprendimiento con recursos similares, los empresarios hombres suelen generar mayores niveles de capital e ingreso.

Klyver y Grant (2010) encuentran que las mujeres suelen participar con menor frecuencia en las últimas etapas del proceso empresarial, en otra palabras, los emprendimiento de mujeres sobreviven menos que los emprendimientos de hombres. Estos mismos autores explican esta brecha empresarial por medio de la diferencia entre redes sociales, en ocasiones las mujeres carecen de redes eficaces que les permitan impulsar su emprendimiento. Calderón et al. (2016) Mencionan que en Latino América las microempresas propiedad de mujeres, tienen un tamaño y productividad que las dirigidas por hombres. Por otro lado, Doh y Zolnik (2011) y Kushnirovich et al. (2017) mencionan

que la mujeres tienen menores probabilidades en convertirse en empresarias en comparación de los hombres, esta diferencia suele producirse por las diferentes barreras que experimentan las mujeres en el mundo empresarial.

#### 4. Resultados

Para comprobar H1 se utilizó la prueba t-student y la prueba Wilcoxon. En ambos procedimientos se obtuvieron resultados muy parecidos. Además, se excluyeron aquellos individuos que no cuentan con algún emprendimiento o que solamente tienen la idea no materializada de un negocio. Según Chrysostome y Arcand (2009) la manera más usual de medir el éxito de un emprendimiento es a través de factores como: la antigüedad de la empresa, la rentabilidad y el crecimiento. Es por eso que para el análisis de la hipótesis se utilizaron las variables ingreso, tamaño de la empresa y migrante, esta última fue el parámetro utilizado para poder separar la muestra y medir el efecto que tiene dentro de las otras dos variables.

Se realizaron cuatro pruebas t-student y cuatro Wilcoxon, la mitad de estos test incluyó los ingresos y la otra parte incluyó el tamaño de la empresa, siempre con la variable de migrantes presente. Finalmente, cuatro de las pruebas realizadas tenían como hipótesis alternativa  $\mu_1 \neq \mu_2$ , el resto tenían  $\mu_1 \leq \mu_2$ . A pesar de que se realizaron varios test, los resultados siempre fueron los mismo, la nacionalidad tiene un efecto en los emprendimientos en Colombia, dicha influencia suele ser negativa, en otras palabras, los negocios creados por migrantes suelen ser menos exitosos que los negocios de nacionales,

gracias a este resultado podemos comprobar que H1 es verdadera. Los hallazgos mencionados se pueden respaldar si se observa las medias de los ingresos y del tamaño de la empresa, en ambos casos los nacionales suelen tener mayores ingresos y una empresa más grande, por otro lado, los resultados son congruentes con lo mencionado dentro de la literatura; los emprendimientos migrantes suelen tener menor desarrollo empresarial que sus homólogos locales (Brzozowski et al., 2014; Fairlie & Robb, 2008). Se evidencia que los nacionales suelen tener un mayor nivel educativo y más experiencia empresarial que los migrantes, explicando gran parte de efecto negativo que se encuentra dentro de los emprendimientos no nacionales. Tal como Block y Sandner (2007) lo mencionan, mayores conocimientos permiten al empresario explotar y desarrollar su negocio de manera más eficiente y productiva.

**Tabla 3**

*Matriz de Correlación*

	Incomes	Migrant	Size	Education	Type	Experience	Networking
Incomes	1	-0.51(***)	0.49(***)	0.4(***)	-0.23(***)	0.49(***)	-0.36(***)
Migrant	-0.51(***)	1	-0.33(***)	-0.24(***)	0.14(***)	-0.29(***)	0.26(***)
Size	0.49(***)	-0.33(***)	1	0.27(***)	-0.2(***)	0.39(***)	-0.25(***)
Education	0.4(***)	-0.24(***)	0.27(***)	1	-0.18(***)	0.15(***)	-0.03
Type	-0.23(***)	0.14(***)	-0.2(***)	-0.18(***)	1	-0.19(***)	0.3(***)
Experience	0.49(***)	-0.29(***)	0.39(***)	0.15(***)	-0.19(***)	1	-0.44(***)

	Incomes	Migrant	Size	Education	Type	Experience	Networking
Networking	-0.36(***)	0.26(***)	-0.25(***)	-0.03	0.3(***)	-0.44(***)	1

Significancia: \*\*\*0,01 \*\*0,05 \*0,1

Fuente: elaboración propia

Dentro de la muestra obtenida se evidencia que la proporción de emprendimientos por necesidad entre migrantes es mayor, además, gracias a la matriz de correlación de Spearman realizada, se observa que existe una relación negativa y significativa entre los factores de éxito mencionados (ingresos y tamaño de la empresa) y el emprendimiento por necesidad. Este mismo efecto se halló en los resultados de las pruebas de Wilcoxon y Student, estas sugieren que existe un efecto negativo en aquellos emprendimientos por necesidad, estos suelen tener un menor éxito en comparación con aquellos negocios que surgen por oportunidad. Gracias a estos hallazgos podemos concluir que la H2 es verdadera. Del mismo modo, se encontró que el nivel educativo promedio de los emprendedores es menor en comparación con los emprendedores por oportunidad. Al igual que nuestros hallazgos, Mago (2020) menciona que la proporción de migrantes que emprenden por necesidad es mayor que la proporción de nacionales que emprenden por oportunidad. Por otro lado, Amit y Muller (1995) y Calderón (2016) descubren que los emprendimientos que nacen por oportunidad suelen ser más rentables en comparación con aquellos emprendimientos que surgen por necesidad. Sinkovics & Reuber (2021) descubren que bajos niveles educativos, impulsan a los individuos a emprender por necesidad, este hallazgo respalda nuestros resultados; los emprendedores por necesidad en Colombia tienen

un menor nivel educativo y menor experiencia empresarial que los emprendedores por oportunidad.

**Tabla 4**

*Matriz de Correlación de Redes en Empresarios Migrantes*

	Networking	Incomes	Size
Networking	1	-0.39(***)	-0.32(***)
Incomes	-0.39(***)	1	0.49(***)
Size	-0.32(***)	0.49(***)	1

Significancia: \*\*\*0,01 \*\*0,05 \*0,1

Fuente: elaboración propia

Para dar respuesta a H3, se realizó una matriz de correlación que se encuentra dentro del cuadro tres, este incluye los factores de éxito (ingreso y tamaño de la empresa) y la variable Networking después de haber filtrado la base de datos con aquellos individuos que son migrantes empresarios. A pesar de que gran parte de la literatura concluye que las redes influyen positivamente en el éxito de los emprendimientos migrantes, nuestros resultados muestran que la percepción del tamaño de la red de los empresarios migrantes juega un efecto negativo en el éxito del emprendimiento.

Es posible que para el caso colombiano el efecto de las redes en el éxito empresarial no esté marcado gracias a la presencia de otros factores. Surangi (2022) menciona que el papel del idioma y cultura también puede influir positivamente en la actividad empresarial del migrante y en la formación de redes durante el proceso empresarial. Además, Elo et al.

(2018) mencionan que la creación de redes locales después de la implementación de su emprendimiento influye en el rendimiento empresarial del migrante. La variable Networking solo corresponde a la percepción del tamaño de la red únicamente al inicio del emprendimiento, gracias a que Venezuela y Colombia comparten idioma y cultura similares, es posible que el papel de la red al inicio del negocio no tome tanta relevancia, pero si tome importancia en otra etapa del proceso del emprendimiento migrante, tal y como se menciona dentro de la literatura. Sin embargo, este efecto no se encuentra dentro del alcance de este estudio.

Para entender si las mujeres migrantes en Colombia sufren doble discriminación, filtramos de la base de datos con aquellos registros que correspondieran a empresarios migrantes y los dividimos entre hombres y mujeres. Posteriormente, realizamos las pruebas t y Wilcoxon con el fin de descubrir si el hecho de ser mujer migrante tiene alguna influencia en el éxito del emprendimiento, medido a través del rendimiento y crecimiento de su negocio. Sin embargo, a pesar de que gran parte de la literatura resalta la fuerte discriminación y barreras que enfrentan las mujeres (Doh & Zolnik, 2011; Kushnirovich et al., 2017). Nuestros resultados demuestran que para el caso colombiano dicho efecto no se cumple. Ninguna de las pruebas mencionadas arrojó resultados significativos, lo que quiere decir que en Colombia las mujeres migrantes emprendedoras no sufren doble discriminación, por lo tanto, rechazamos H4. Es posible que las diferencias en el éxito de emprendimientos, se deba a factores diferentes al género. Dávila y Lluah (2022) mencionan que la decisión de crear empresa y el desarrollo de la misma está asociado al nivel educativo y a la experiencia empresarial. Tras analizar nuestra base de datos, descubrimos

que tanto hombre como mujeres y hombre tienen niveles muy similares tanto de educación como de experiencia laboral, es posible que las diferencias del éxito entre emprendimientos en Colombia se deban a otro tipo de factores que no incluyen el género.

## 5. Conclusiones

Este estudio ha intentado entender y explicar el efecto que tiene la nacionalidad en el éxito de los emprendimientos en Colombia. Gracias a esta investigación se concluye que el tipo de nacionalidad tiene un efecto negativo y significativo en los emprendimientos en Colombia. Los emprendimientos migrantes suelen tener un menor éxito debido a factores como menores ingresos y tamaño de empresa más pequeño que los negocios de nacionales. Esta diferencia entre migrantes y nacionales puede explicarse a través de la disparidad en los niveles educativos y la experiencia empresarial (Fairlie & Robb, 2008) y por las barreras y dificultades que tienen los emprendedores migrantes a la hora de acceder a recursos financieros para sus negocios (Surangi, 2022). Además, se comprueba la Teoría de Capital Humano, que sugiere que mayor conocimiento y experiencia resultan en una mayor productividad y crecimiento empresarial (J. Block & Sandner, 2007).

Por otro lado, se observa que la proporción de migrantes que emprenden por necesidad en Colombia es mayor que el porcentaje de nacionales que emprenden por necesidad. Nuestros resultados arrojan que los emprendimientos por necesidad en Colombia tienen un menor nivel de ingresos y menor tamaño que los emprendimientos por oportunidad. Al igual que la nacionalidad esta diferencia puede explicarse a través del nivel

educativo y la experiencia empresarial del individuo. Se encontró que los emprendedores por necesidad suelen tener menos conocimientos y una menor historia empresarial en comparación con los emprendedores por oportunidad (Alam et al., 2021). Nuestros resultados remarcan la importancia de la educación y la experiencia laboral en el desarrollo de los emprendimientos en Colombia.

Las redes sociales y el capital social suelen jugar un papel crucial en el rendimiento y desarrollo del emprendimiento migrante (Bates, 1994; Doh & Zolnik, 2011). Sin embargo, dentro de nuestro análisis se descubrió que las redes de contactos no son una parte importante en el nivel de ingresos y tamaño del emprendimiento en la etapa inicial del negocio. Es posible que esta discrepancia se deba a las limitaciones de la muestra utilizada, los datos recolectados no son longitudinales, se tendría que analizar como las redes de contactos afectan el desarrollo de los emprendimientos a lo largo del tiempo y no solo en un momento específico, sin embargo, esta posible relación se deberá estudiar en futuras investigaciones.

Por otra parte, los resultados revelan que el género no tiene un efecto significativo en el éxito de los emprendimientos migrantes en Colombia, este hallazgo no sigue la misma línea que gran parte de la literatura; las mujeres migrantes poseen una doble desventaja a la hora de crear empresa (Pineda & Castiblanco, 2021). Este gap entre investigaciones abre la puerta para futuras investigaciones que permitan entender mejor el rol del género y las barreras que enfrenta en el mundo empresarial. Esta investigación expande la literatura que se enfoca en el emprendimiento migrante demostrando que en Colombia existe un efecto negativo en el tipo de nacionalidad a la hora de crear de empresa. Aunque se mencionan

algunas posibles causas de este efecto como el nivel educativo y la experiencia laboral, este artículo no se enfoca en analizar todos los factores que pueden estar afectando los emprendimientos migrantes como la discriminación y diferencias culturales. Es de suma importancia que futuras investigaciones se centren en entender como estos factores afectan los emprendimientos migrantes en Colombia.

Finalmente, los hallazgos sugieren que es necesario que tanto los gestores como los responsables de las políticas públicas no solo atiendan las necesidades de los emprendedores nacionales sino también de aquellos emprendedores migrantes ya que, la falta de atención al fenómeno migratorio en Colombia ha generado distorsiones en mercado laboral local (Aguilar et al., 2023). Es necesario reducir las barreras burocráticas y financieras permitiendo la integración de la comunidad migrante al mercado financiero y a los recursos que este ofrece. Se debe establecer líneas de crédito especiales y programas de micro financiación dirigidos a migrantes y empresarios con condiciones favorables y bajos intereses, con el fin de facilitar la creación y expansión de negocios. Se encontró que la educación y la experiencia empresarial juegan un papel clave dentro del desarrollo del emprendimiento, como Alam et al (2021) mencionan, las personas con un mayor acervo de conocimientos pueden identificar y explotar de mejor forma las oportunidades empresariales.

Por lo tanto, es indispensable crear programas de educación y capacitación empresarial de fácil acceso para migrantes y, a su vez, facilitar el acceso de migrantes a las instituciones educativas del país, esta política contribuiría a la formación de habilidades y a la reducción de la brecha empresarial entre emprendedores nacionales y emprendedores

migrantes. Además, este tipo de políticas fomentaría la creación de empresas por oportunidad, en lugar de emprender solamente por necesidad. Estos nuevos programas permitirán deshacer fuertes barreras que los migrantes empresarios viven dentro del proceso de crear empresa; poca familiaridad con el entorno jurídico, falta de comprensión de procedimientos institucionales y desconocimiento de ayudas financieras (Mousa & Abdelgaffar, 2023). Además, es esencial diseñar campañas de sensibilización y programas de inclusión que permitan disminuir la discriminación étnica y social que enfrentan los emprendedores migrantes, promoviendo así un entorno empresarial más equitativo y generando los espacios adecuados para que los empresarios migrantes accedan a clientes potenciales y a recursos desconocidos por ellos (Dal Bello et al., 2022).

## 6. Referencias

- A Hamid, H., O’Kane, C., & Everett, A. (2019). Conforming to the host country versus being distinct to our home countries: Ethnic migrant entrepreneurs’ identity work in cross-cultural settings. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(4). <https://doi.org/10.1108/IJEER-02-2018-0097>
- Aguilar, J., Cárdenas, D., Corredor Castillo, I., Muñoz, L. K., & Ramirez Arias, C. (2023). Tendencias y perspectivas de la migración internacional y el empleo en Bogotá. En *Efectos económicos de la migración internacional en el mercado laboral y el tejido empresarial de Bogotá, Colombia* (pp. 20-35). Alcaldía Mayor de Bogotá, Organización Internacional para las Migraciones (OIM), Secretaría de Desarrollo Económico.
- Alam, S., Biswas, K., & Sulphey, M. (2021). A Case Study on the Entrepreneurial Process of Push and Pull Women Entrepreneurs. *South Asian Journal of Business and Management Cases*, 10(2), 207-217. <https://doi.org/10.1177/22779779211028536>
- Al-Dajani, H., & Marlow, S. (2013). Empowerment and entrepreneurship: A theoretical framework. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19(5), 503-524. <https://doi.org/10.1108/IJEER-10-2011-0138>
- Aliaga-Isla, R., & Rialp, A. (2013). Systematic review of immigrant entrepreneurship literature: Previous findings and ways forward: Entrepreneurship & Regional Development. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(9-10), 819-844. <https://doi.org/10.1080/08985626.2013.845694>
- Álvarez, Y., & Mazanett, D. (2020). Frontera resistencia y vulnerabilidad de mujeres migrantes emprendedoras en Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(90), 427-445. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i90.32387>
- Amit, R., & Muller, E. (1995). “Push” and “Pull” Entrepreneurship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 12(4), 64-80. <https://doi.org/10.1080/08276331.1995.10600505>

- Arango, J. (1985). Las «Leyes de las Migraciones» de E. G. Ravenstein, cien años después. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 32, 7-26.
- Basu, A. (1998). An Exploration of Entrepreneurial Activity among Asian Small Businesses in Britain. *Small Business Economics*, 10(4), 313-326.
- Basu, A., & Altinay, E. (2002). The Interaction between Culture and Entrepreneurship in London's Immigrant Business. *International Small Business Journal*, 20(4), 371-393. <https://doi.org/10.1177/0266242602204001>
- Bates, T. (1994). Social Resources Generated by Group Support Networks May Not be Beneficial to Asian Immigrant-Owned Small Businesses. *Social Forces*, 72(3), 671-689. <https://doi.org/10.2307/2579776>
- Batz Liñeiro, A., Romero Ochoa, J., & Montes, J. (2023). Exploring entrepreneurial intentions and motivations: A comparative analysis of opportunity-driven and necessity-driven entrepreneurs. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00366-8>
- Block, J. H., & Wagner, M. (2010). Necessity and Opportunity Entrepreneurs in Germany: Characteristics and Earnings Differentials. *Schmalenbach Business Review*, 62(2), 154-174. <https://doi.org/10.1007/BF03396803>
- Block, J., & Sandner, P. (2007). Necessity and Opportunity Entrepreneurs and Their Duration in Self-employment: Evidence from German Micro Data. *Journal of Industry Competition and Trade*, 9(2). <https://doi.org/10.1007/s10842-007-0029-3>
- Bolívar Cruz, A. M., & Hormiga Pérez, E. (2012). La influencia del proceso de migración en la percepción del riesgo de crear una empresa. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60061-6](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60061-6)
- Brzozowski, J., Cucculelli, M., & Surdej, A. (2014). Transnational ties and performance of immigrant entrepreneurs: The role of home-country conditions. *Entrepreneurship and Regional Development*, 27(7-8), 546-573. <https://doi.org/10.1080/08985626.2014.959068>

- Calderón, G., Iacovone, L., & Juarez, L. (2016). Opportunity versus Necessity: Understanding the Heterogeneity of Female Micro-Entrepreneurs. *The World Bank Economic Review*, 30(2). <https://doi.org/10.1093/wber/lhw010>
- Chen, Z., & Fan, X. (2021). Transnationalism and migrant entrepreneurship: A case study of self-employed foreigners in Hangzhou, China. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 34(1), 1-32. <https://doi.org/10.1080/08276331.2021.1965368>
- Chrysostome, E., & Arcand, S. (2009). Survival of Necessity Immigrant Entrepreneurs: An Exploratory Study. *Journal of Comparative International Management*, 12(2), 3-29.
- Dal Bello, U. B., da Encarnação Marques, C. S., & Sacramento, O. J. (2022). (In) migración y emprendimiento en áreas rurales: Una revisión sistemática de la literatura. *Revista de estudios regionales*, 125, 153-185.
- Dávila, C., & Lluch, A. (2022). Entrepreneurship in Emerging Markets: Female Entrepreneurs in Colombia since 1990. *Business History Review*, 96(2), 373-397. <https://doi.org/10.1017/S0007680522000502>
- Dawson, C., & Henley, A. (2012). «Push» versus «pull» entrepreneurship: An ambiguous distinction? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 18(6), 697-719. <https://doi.org/10.1108/13552551211268139>
- de Queiroz Falcão, R. P., Picanço, E., de Oliveira, F., & Mott, M. (2022). Entrepreneurial Intention of Brazilian Immigrants in Canada Entrepreneurial Intention of Brazilian Immigrants in Canada. *BAR – Brazilian Administration Review*, 19(01). <https://doi.org/10.1590/1807-7692bar2022200018>
- Del-Aguila, S., Alvarez-Risco, A., & Villalobos-Alvarez, D. (2022). Venezuelan migrants in Peru and their entrepreneurial intention during the Covid-19 pandemic. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 10, 7-21. <https://doi.org/10.15678/EBER.2022.100401>
- Díaz Monroy, L. G. (2007). *Estadística multivariada: Inferencia y métodos* (2. ed). Departamento de Estadística, Facultad de Ciencias, Universidad Nacional de Colombia.
- Doh, S., & Zolnik, E. (2011). Social capital and entrepreneurship: An exploratory analysis. *African Journal of Business Management*, 5, 4961-4975.

- Elo, M., Sandberg, S., Servais, P., Basco, R., Discua Cruz, A., Riddle, L., & Täube, F. (2018). Advancing the views on migrant and diaspora entrepreneurs in international entrepreneurship. *Journal of International Entrepreneurship*, 16(2).  
<https://doi.org/10.1007/s10843-018-0231-x>
- Fairlie, R., & Robb, A. (2008). *Race and Entrepreneurial Success: Black-, Asian-, and White-Owned Businesses in the United States*.  
<https://doi.org/10.7551/mitpress/7961.001.0001>
- Fradejas-García, I., Molina, J. L., & Lubbers, M. (2023). Migrant entrepreneurs in the ‘Farm of Europe’: The role of transnational structures. *Globalizations*, 1-18.  
<https://doi.org/10.1080/14747731.2023.2178806>
- González, J., & Campbell, D. (2018). Beyond the Enclave: Success Strategies of Immigrant Entrepreneurs. *International Journal of Applied Management and Technology*, 18(1), 46-57. <https://doi.org/10.5590/IJAMT.2018.17.1.04>
- Guerrero, M., Mandakovic, V., Apablaza, M., & Arriagada, V. (2021). Are migrants in/from emerging economies more entrepreneurial than natives? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17, 1-22.  
<https://doi.org/10.1007/s11365-020-00714-6>
- Guzmán, E. F. (2022). Migrantes empresarios. Un acercamiento teórico y del estado del arte a su estudio. *Norteamérica, Revista Académica del CISAN-UNAM*, 17(1).  
<https://doi.org/10.22201/cisan.24487228e.2022.1.541>
- Kalantaridis, C., & Bika, Z. (2006). In-Migrant Entrepreneurship in Rural England: Beyond Local Embeddedness. *Entrepreneurship and Regional Development*, 18(2).  
<https://doi.org/10.1080/08985620500510174>
- Kloosterman, R. (2010). Matching Opportunities with Resources: A Framework for Analysing (Migrant) Entrepreneurship from a Mixed Embeddedness Perspective. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(1), 25-45.  
<https://doi.org/10.1080/08985620903220488>
- Kloosterman, R., & Rath, J. (2001). Immigrant entrepreneurs in advanced economies: Mixed embeddedness further explored. *Journal of Ethnic and Migration*, 27(2), 189-201. <https://doi.org/10.1080/13691830020041561>

- Klyver, K., & Grant, S. (2010). Gender differences in entrepreneurial networking and participation. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(3), 213-227. <https://doi.org/10.1108/17566261011079215>
- Knight, J. (2015). The evolving motivations of ethnic entrepreneurs. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 9(2), 114-131. <https://doi.org/10.1108/JEC-10-2013-0031>
- Kushnirovich, N., Heilbrunn, S., & Davidovich, L. (2017). Diversity of Entrepreneurial Perceptions: Immigrants vs. Native Population: Entrepreneurial Perceptions of Immigrants. *European Management Review*, 15(3). <https://doi.org/10.1111/emre.12105>
- Levie, J. (2007). Immigration, In-Migration, Ethnicity and Entrepreneurship in the United Kingdom. *Small Business Economics*, 28(2/3), 143-169. <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-006-9013-2>
- Light, I., & Bonacich, E. (1990). Immigrant Entrepreneurs: Koreans in Los Angeles 1965-1982. *International Migration Review*, 23(3). <https://doi.org/10.2307/2058495>
- Liñán, F., & Santos, F. (2007). Does Social Capital Affect Entrepreneurial Intentions? *International Advances in Economic Research*, 13(4), 443-453. <https://doi.org/10.1007/s11294-007-9109-8>
- Mack, N., Woodsong, C., Macqueen, K., Guest, G., & Namey, E. (2005). Qualitative Research Methods: A Data Collector's Field Guide. En *Fam Health Int*. Family Health International.
- Mago, S. (2020). Migrant entrepreneurship, social integration and development in Africa. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 35(3), 413-449. <https://doi.org/10.1080/08276331.2020.1794666>
- Marulanda Melo, C. M., Cubillos Garcia, H. J., Ulloa Guerrero, J. P., & Prada Castañeda, L. M. (2018). *Inclusión Laboral De La Población Migrante Venezolana Laboralmente Activa En Bogotá*. Universidad Piloto de Colombia.
- Mazuera-Arias, R., Albornoz-Arias, N., Morffe Peraza, M. Á., Ramírez-Martínez, C., & Carreño-Paredes, M.-T. (2019). *Informe de movilidad humana venezolana II*.

- Realidades y perspectivas de quienes emigran*. SSJR- Centro Gumilla - UCAT - IIES-UCAB., Universidad Simón Bolívar. <https://hdl.handle.net/20.500.12442/4621>
- Mazuera-Arias, R., Albornoz-Arias, N., Ramírez-Martínez, C., Carreño-Paredes, M.-T., Peraza, M. Á. M., & Díaz, J. G. (2022). Factores asociados a la intención emprendedora de los emigrantes venezolanos. *Migraciones Internacionales*, 13, 1-24. <https://doi.org/10.33679/rmi.v1i1.2379>
- Mousa, M., & Abdelgaffar, H. (2023). Emancipation really matters: Why family firms might be a preferable choice for Syrian refugees in Egypt? An exploratory study. *International Migration*, 62(1), 37-53. <https://doi.org/10.1111/imig.13193>
- Pineda, J. A., & Castiblanco, S. E. (2021). Informal entrepreneurship and women's empowerment – the case of street vendors in urban Colombia | ScienceGate. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 14(2), 188-212. <https://doi.org/10.1108/IJGE-04-2021-0068>
- Quispe, A., Calla, K. M., Yangali, J. S., Rodríguez, J. L., & Pumacayo, I. I. (2019). *Estadística no paramétrica aplicada a la investigación científica con software SPSS, MINITAB Y EXCEL* (Vol. 1). Editorial EIDEC.
- Ramírez-Martínez, C., Albornoz-Arias, N., Mazuera-Arias, R., Alba Niño, M., Carreño-Paredes, M.-T., Castillo Hernández, A. L., Durán Suárez, M. S., Maldonado Parada, K. A., Parra Díaz, E., Santafé-Rojas, A.-K., Tuta, L. T., Urbina Barrera, F., Uribe Guzmán, P. M., Moreno López, E. Y., & Pérez Carrascal, Y. P. (2018). Emprendimiento: Más que una salida económica, una forma de resiliencia y adaptación cultural de los migrantes venezolanos. En *Territorios: Frontera, migración y realidad social* (pp. 148-185). Ediciones Universidad Simón Bolívar. <https://bonga.unisimon.edu.co/handle/20.500.12442/3281>
- Ramos-Escobar, E., Garcia-Perez-de-Lema, D., Castillo-Vergara, M., & Valdez, L. (2022). Immigrant entrepreneurs: A review of the literature and an agenda for future investigations. *International Journal of Intercultural Relations*, 91(15), 170-190. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2022.09.009>
- Ravenstein, E. G. (1885). The Laws of Migration. *Journal of the Statistical Society of London*, 48(2), 167-235. <https://doi.org/10.2307/2979181>

- Rojas-Jimenez, K. (2022). Transformación, Estandarización e Imputación de Datos. En *Ciencia de Datos para Ciencias Naturales*.  
[https://bookdown.org/keilor\\_rojas/CienciaDatos/](https://bookdown.org/keilor_rojas/CienciaDatos/)
- Sánchez, R. A. (2015). t-Student: Usos y abusos. *Revista Mexicana de Cardiología*, 26(1), 59-61.
- Sánchez-Flores, S., Royo Ruiz, I., Lacomba, J., Marí, E., & Benlloch, C. (2014). Mujeres inmigrantes emprendedoras en el medio rural. Factor para la sostenibilidad económica y social de las áreas rurales de la Comunidad Valenciana. *Ager*.  
<https://doi.org/10.4422/ager.2013.05>
- Santander, J., Salas Durazo, I., Arbelaez, L., & González, Y. (2023). *Estudio sobre el mercado laboral local para migrantes en Colombia*. Universidad de los Andes.
- Schmutzler, J., Andonova, V., & Perez Lopez, J. (2021). The role of diaspora in opportunity-driven entrepreneurial ecosystems: A mixed-methods study of Balkan economies. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(1).  
<https://doi.org/10.1007/s11365-020-00708-4>
- Schøtt, T. (2018). Entrepreneurial pursuits in the Caribbean diaspora: Networks and their mixed effects. *Entrepreneurship & Regional Development*, 30, 1-22.  
<https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1515825>
- Sinkovics, N., & Reuber, A. R. (2021). Beyond disciplinary silos: A systematic analysis of the migrant entrepreneurship literature. *Journal of World Business*, 56(4), 101223.  
<https://doi.org/10.1016/j.jwb.2021.101223>
- Subrahmanyam, S. (2019). Social Networking for Entrepreneurship. *International Journal of Commerce and Management*, 5(1), 117-122.
- Surangi, H. A. K. N. S. (2022). Are Gender and Immigration a Double Disadvantage? Exploring the Experiences of Sri Lankan Female Immigrant Entrepreneurs in London, United Kingdom. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 9(2), 199-215.  
<https://doi.org/10.29333/ejecs/1159>
- Terrón-Caro, M. T. (2012). La mujer en el Islam. Análisis desde una perspectiva socioeducativa. *El Futuro del Pasado: revista electrónica de historia*, 3, 237-254.

- Thompson, E. (2009). Individual Entrepreneurial Intent: Construct Clarification and Development of an Internationally Reliable Metric. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 669-694. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x>
- Ullah, F., Rahman, M. Z., Smith, R., & Beloucif, A. (2016). What influences ethnic entrepreneurs' decision to start-up: Some evidence from Aberdeen, Scotland. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(4), 1081-1103. <https://doi.org/10.1108/JSBED-12-2015-0182>
- Yu, Z., & Lu, K. (2023). What motivates academics toward entrepreneurship? Examining the formation of academic entrepreneurial intention from the push-pull perspective. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1073866>