

TENDENCIAS INVESTIGATIVAS DE LA PARTICIPACIÓN DE LA MUJER EN LA INTENCIÓN EMPRENDEDORA: UN ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO

RESEARCH TRENDS ON WOMEN'S PARTICIPATION IN ENTREPRENEURIAL INTENTION: A BIBLIOMETRIC STUDY

Recibido em: 9 de abril de 2023

Aprovado em: 20 de junho de 2023

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

RCO | a. 15 | v. 2 | p. 235-263 | jul./dez. 2023

DOI: <https://doi.org/10.25112/rco.v2.3381>

Ada Lucia Gallegos Ruiz Conejo ada.gallegos@urp.edu.pe

Doctorado en Educación por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (Lima/ Perú).

Investigadora y Docente Universitaria del Instituto de Investigación de Estudios de la Mujer – Universidad Ricardo Palma (Distrito de Santiago de Surco/Perú).

Maria Camila Bermeo Giraldo cies2@escolme.edu.co

Maestría en Ingeniería Administrativa por la Universidad Nacional de Colombia (Medellín/Colombia). Docente investigadora en Centro de Investigaciones Escolme-CIES de la Institución Universitaria Escolme (Medellín/Colômbia).

Alejandro Valencia – Arias jvalencia@americana.edu.co

Doctorado en Ingeniería- Industria y Organizaciones por la Universidad Nacional de Colombia (Medellín/ Colombia).

Profesor e investigador de la Facultad de ingeniería, Corporación Universitaria Americana.(Medellín/ Colombia).

Gina Mercedes Oré León oreleong@gmail.com

Maestría en Políticas y Gestión de la Educación en Universidad Particular San Martín de Porres (Limas/ Perú).

Presidente e investigadora en Organización Mundial para la Educación Preescolar-OMEP.

RESUMEN

La literatura sobre la diversidad de género en las áreas de administración y creación de empresa se ha expandido significativamente en los últimos años, al igual que, la preocupación por mejorar las condiciones de las mujeres, sin embargo y aunque hay numerosas publicaciones acerca de la intención emprendedora en las mujeres, los estudios bibliométricos y de tendencias investigativas registrados son escasos. Este estudio tiene como objetivo identificar las tendencias investigativas en la intención emprendedora por parte de la mujer a partir de un análisis bibliométrico. Este estudio bibliométrico se sustenta en la declaración PRISMA 2020 para revisiones de literatura, aplicándola a la producción académica de las bases de datos Scopus y Web of Science, mediante el Software VOSviewer para estimar indicadores bibliométricos de cantidad, calidad y de redes, así como un análisis de tendencia (vigencia y frecuencia) a las palabras clave. Los resultados indican que la literatura científica sobre intención emprendedora en mujeres presenta un importante crecimiento polinomial cúbico, siendo los años 2021 y 2022 los más productivos en el campo. Los principales referentes investigativos son los autores Chandran D. y Aleidi A., como los más productivos, así como Hills G.E. y Seibert S.E., como los de mayor impacto. Estos hallazgos también brindarían reflexiones a potenciales emprendedores para disminuir los desafíos en la creación y gestión de las empresas; y a los gobernantes, para planificar e impulsar investigaciones orientadas al desarrollo económico nacional.

Palabras clave: Metodología PRISMA; Teoría del Comportamiento Planificado; Estudio de género; Orientación Emprendedora; Educación Emprendedora.

RESUMO

A literatura sobre a diversidade de gênero nas áreas da gestão e do empreendedorismo tem-se expandido significativamente nos últimos anos, assim como a preocupação com a melhoria das condições das mulheres. No entanto, apesar de existirem numerosas publicações sobre a intenção empreendedora das mulheres, poucos estudos bibliométricos e tendências de investigação têm sido registrados. Este estudo tem como objetivo identificar as tendências de investigação sobre a intenção empreendedora das mulheres com base numa análise bibliométrica. Este estudo bibliométrico baseia-se na declaração PRISMA 2020 para revisões de literatura, aplicando-a à produção académica das bases de dados Scopus e Web of Science, utilizando o software VOSviewer para estimar indicadores bibliométricos de quantidade, qualidade e redes, bem como uma análise de tendências (validade e frequência) de palavras-chave. Os resultados indicam que a literatura científica sobre intenção empreendedora em mulheres apresenta um importante crescimento polinomial cúbico, sendo os anos de 2021 e 2022 os mais produtivos na área. As principais referências de pesquisa são os autores Chandran D. e Aleidi A., como os mais produtivos, bem como Hills G.E. e Seibert S.E., como os de maior impacto. Estes resultados também podem fornecer informações aos potenciais empresários para reduzir os desafios na criação e gestão de empresas e aos decisores políticos para planejar e promover a investigação orientada para o desenvolvimento económico nacional.

Palavras-chave: Metodologia PRISMA; Teoria do Comportamento Planeado; Estudo de Género; Orientação Empresarial; Educação Empresarial.

1 INTRODUCCIÓN

Hoy en día el papel de las mujeres en el mundo empresarial es cada vez más notable, y su participación en el desarrollo económico va en ascenso gracias a la campaña por la promoción de la igualdad entre los dos géneros que han liderado las agendas mundiales (PUTRI *et al*, 2022). Sin embargo, a lo largo del tiempo ha sido clara la disparidad en el mundo moderno, en casi todas las esferas sociales, sobre la posición de la mujer en relación con el hombre (MILOJEVIĆ *et al*, 2021). Esa diferencia es notoria, además, en el campo del espíritu empresarial o la intención emprendedora, donde de acuerdo con MILOJEVIĆ *et al*, (2021), las mujeres afrontan mayores desafíos para administrar sus negocios que los hombres, es decir, de acuerdo con MASEDA *et al*, (2022) pese al progreso en la equidad de género y los derechos de las mujeres, la desigualdad en la creación y gestión empresarial sigue estando vigente.

Por otro lado, la importancia del espíritu empresarial radica en que es fundamental para impulsar la innovación e incrementar la productividad (MILOJEVIC *et al*, 2021), pero, sobre todo, es importante para los países en desarrollo, debido a que contribuye a resolver los problemas sociales. Ello ha hecho que, las empresas, las organizaciones gubernamentales y los entes regulatorios han prestado especial atención al desarrollo del espíritu empresarial. Como resultado, el espíritu empresarial a menudo se considera un motor económico crítico y un estimulante para el desarrollo y la salud de la economía mundial (KAIROLDANOVA; MUKHSIYNOV, 2022); (ZBIEROWSKI; GOJNY-ZBIEROWSKA, 2022). En este sentido, la investigación en estudios de género, en particular alrededor de las mujeres que participan en el espíritu empresarial ha incrementado, convirtiéndose en un área de interés para la mayoría de los investigadores (DRAKPA *et al*, 2022). Asimismo, se ha observado como cada vez más las mujeres están ocupando puestos directivos más altos en las organizaciones, lo que indica que ellas poseen características propias que impactan positivamente en diferentes áreas dentro de la compañía (SÁNCHEZ-TEBA *et al*, 2020).

La literatura sobre la diversidad de género en las áreas de administración y creación de empresa se ha expandido significativamente en los últimos años, al igual que, la preocupación por mejorar las condiciones de las mujeres en el contexto laboral y empresarial, lo que se continúa observando en todos los esfuerzos por parte de los gobiernos y Estados a nivel mundial (JHA *et al*, 2018). Ejemplo de ello, MASEDA *et al*, (2022) investigaron el papel de la mujer en el liderazgo empresarial ha sido objeto de estudio en el análisis de negocios familiares, resaltando que las tasas de participación de las mujeres son generalmente más bajas que las de los hombres en la mayoría de los países. También, se ha abordado desde el ámbito tecnológico, y el aprovechamiento de las plataformas para la comercialización por parte de la mujer, encontrando también que persiste una brecha de género (KANG, 2022). A pesar de la publicación

de estos estudios, falta de claridad con respecto a la evolución y perspectivas teóricas adoptada por la investigación existente en el campo de la creación de empresa y la mujer (MASEDA *et al*, 2022).

De este modo, si bien existen numerosas publicaciones acerca de la intención emprendedora en las mujeres, los estudios bibliométricos registrados son escasos (AGARWAL; LENKA, 2019). Igualmente, no hay claridad acerca de los temas que son tendencia en estas publicaciones de género y desigualdades en la distribución del poder material, lo cual es importante teniendo en cuenta que este tema se ha incluido en todos los campos del conocimiento y puede significar nuevas perspectivas y estrategias para fortalecer la participación femenina (BUQUET *et al*, 2020). Considerando lo anterior, el objetivo de este estudio es identificar las tendencias investigativas en la intención emprendedora por parte de la mujer a partir de un estudio bibliométrico, analizando los estudios existentes y su evolución y desarrollando posibles agendas de investigación futuras que puedan promover nuevas líneas de investigación sobre el espíritu empresarial femenino.

Los estudios bibliométricos permiten analizar a través del uso de herramientas cuantitativas la producción académica de un área de conocimiento para la comprensión de los temas de investigación y permiten realizar una revisión sistemática, transparente y replicable sobre la cual realizar un análisis de la investigación existente, y proporcionar un mapa de conocimiento integral del campo de investigación (ZHAO *et al*, 2022). Por lo tanto, este estudio contribuye brindando una hoja de ruta que puede ayudar a académicos, formuladores de políticas y profesionales a incursionar en nuevas investigaciones y a reconocer cuestiones clave en este campo de conocimiento y la formulación de estrategias más exitosas en la equidad de género (MASEDA *et al*, 2022).

El documento sigue la siguiente estructura: La primera sección presenta una breve conceptualización de intención emprendedora y el espíritu empresarial. Seguido, se describe la metodología aplicada en este análisis bibliométrico. La tercera sección presenta la interpretación y discusión de los resultados obtenidos. Luego se propone una agenda de investigación para estudios futuros. Finalmente, en la sexta sección se exponen las principales conclusiones y limitaciones del estudio..

2 MARCO CONCEPTUAL Y ALGUNOS ANTECEDENTES

De acuerdo con AL-MAMARY;ALSHALLAQI, (2022) el espíritu empresarial hace alusión a la motivación e intención de un individuo para la creación de un nuevo negocio. También, se puede definir como las capacidades y habilidades de una persona para crear oportunidades comerciales generando valor y ganancias en una organización (NWIBE; BAKARE, 2022). En consecuencia, para TLEUBERDINOVA

et al, 2022) el proceso de creación de empresa e intención emprendedora se reconoce como el factor clave para consolidar las económicas globales, dado que es visto como un catalizador para el crecimiento y expansión de los mercados. Por lo que, se considera una estrategia vital que hace parte de las agendas económicas intencionales para reducir el desempleo y, al mismo tiempo, fomentar el progreso social y la prosperidad económica (GABA; GABA, 2022).

Pero este fenómeno de la creación de negocios no es igual para hombre y mujeres. Durante décadas, según el informe de ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS-ONU, (2020) “la participación de las mujeres en el mercado laboral se ha estancado en menos del 50 % durante los últimos 25 años” par.1, además asevera que en ningún país del mundo se ha logrado la equidad de género. Ello, es congruente con lo expuesto por FLORES-NOVELO *et al*, (2021) quienes describen que la intención de crear empresa por parte de las mujeres especialmente en los países menos desarrollados de Latinoamérica es más baja en comparación con los hombres y las nuevas empresas que son dirigidas por mujeres tienden a ser más pequeñas en términos de empleados, ingresos y ganancias. En adición, las mujeres empresarias son más reacias al riesgo y conservadoras y tienen menos recursos externos establecidos para consolidar estas nuevas iniciativas de negocio.

Sumado a lo anterior, se observa otro fenómeno dentro del espíritu empresarial femenino y es que las mujeres se inclinan por emprender actividades empresariales en el sector informal, donde el ingreso promedio es más bajo. De acuerdo con MUHAMMAD *et al*, (2021), las actividades comerciales informales de las mujeres se estiman alrededor del 30% de todas las actividades económicas en todo el mundo, lo que puede significar que existen otras barreras percibidas por esta población que impiden el establecimiento de negocios bajo el marco regulatorio. Sin embargo, la creación de empresa informal es un tipo de empleo en el que las mujeres no solo participan en actividades mercantiles, sino que también ofrecen oportunidades para otras mujeres e influyen en la decisión de emprender de otras mujeres con el fin de buscar una mejor calidad de vida (KUNGWANSUPAPHAN;LEIHAOTHABAM, 2016).

En ese sentido, variada literatura ha demostrado que sigue existiendo una diferencia marcada entre mujeres y hombres al momento de la creación de un nuevo negocio, ya que se ha centrado en estudiar la intención empresarial en varios contextos. Por ejemplo, en estudiantes universitarias, aplicando metodologías de adopción como la de teoría de comportamiento planificado (DRAKPA *et al*, 2022). En esta misma línea se ha estudiado a las estudiantes a través del modelado de ecuaciones estructurales basado en covarianza comprobando que la intención emprendedora está influenciada por los factores actitud y la norma subjetiva (RAHMAN *et al*, 2022).

La literatura también ha abordado segmentos específicos de la industria. Se evidencian estudios de la participación de la mujer y su espíritu empresarial en las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME), como el de CHHABRA *et al*, (2020) quienes encontraron que, los factores: características personales, motivación, normas subjetivas, ecosistema y autoeficacia empresarial influyen en la intención de iniciar un nuevo negocio por parte de las mujeres. Alineado a lo anterior, el estudio de NURINGSIH *et al*, (2019) se interesó en analizar la industria de negocios verdes y sostenibles y la intención y espíritu empresarial de las alumnas de una facultad de economía. Los resultados determinaron que, la variable valor verde percibido influyen en la intención de emprender, contrario a los factores: modelos a seguir percibidos, la educación y el apoyo empresariales.

En cuanto a estudios de revisión, se observa que el más reciente es el de MASEDA *et al*, (2022), quienes utilizaron indicadores bibliométricos para analizar la evolución, tendencias y brechas para desarrollar una agenda de investigación futura en el campo de la participación de las mujeres en las empresas familiares reconociendo los diferentes entornos socioculturales y económicos. Asimismo, DENG *et al*, (2021) presentó una bibliometría para identificar las redes de investigación, estructura, evolución, temas emergentes y trayectoria del campo de emprendimiento femenino durante el periodo 1975-2018. También, SÁNCHEZ-TEBA *et al*, (2020), realizaron una revisión bibliométrica a la producción científica sobre el rol de las mujeres en los consejos de administración para conocer su evolución en el tiempo a partir de registros de la base Web of Science. Igualmente, se observa la investigación de AGARWAL; LENKA (2019) dentro de los estudios bibliométrico, quienes evaluaron la calidad científica de documentos relacionados con incursión de la mujer en el ámbito del emprendimiento a través de indicadores como H-Index, H-Classics y H-Core de estudios indexados en la base de datos de Web of Science.

A nivel nacional en el caso colombiano, los estudios, aunque no son en su mayoría de revisión, han manifestado la preocupación por entender la importancia de emprender y lo que influye en el crecimiento económico y el desarrollo del país (DE GORTARI; SANTOS, 2022). Pero aun cuando no existe una fórmula mágica para incentivar a las personas a crear empresas, la producción académica es crucial para brindar análisis y formulación de estrategias encaminadas a ello. Así, investigaciones como la de RUEDA *et al*, (2021), abarcando la temática de las incitativas emprendedoras en estudiantes universitarios de Colombia, validando las relaciones entre las intenciones emprendedoras y factores como la mediación de ventajas, limitaciones y valores individuales del individuo, a través de la teoría del comportamiento planificado (TPB). De igual forma, VANONI *et al*, (2021), analizaron tres casos de emprendimientos femeninos en Colombia basada en Pequeñas y Medianas Empresas-Pymes, encontrando que en épocas como la pandemia, la mujer percibe como factores fundamentales de este fenómeno, el anteponer la

salud y la estabilidad del empleado sobre la rentabilidad de la compañía, argumentando que es realmente el trabajador quien genera valor agregado en el proceso de fabricación de un producto, por lo que, si su bienestar es alto las probabilidades de crear ideas de negocio son altas. Mas recientemente, LAHIRI-DUTT, (2022), profundizan en una revisión de literatura de estudios sobre la actitud emprendedora femenina en las industrias extractivas, para encontrar temáticas emergentes en la producción académica sobre la minería a gran escala industrial como en la minería informal, artesanal y de pequeña escala y las diferencias de género.

3 METODOLOGÍA

De acuerdo con el propósito de la presente investigación de ser una hoja de ruta que pueda ayudar a académicos, formuladores de políticas y profesionales a incursionar en nuevas investigaciones en el campo de la intención emprendedora en mujeres, se propone un estudio de tipo exploratorio, como lo es un análisis bibliométrico, que permite realizar procesos de evaluación completos de la actividad científica, por medio de indicadores que identifiquen factores de productividad, impacto y estructura científica (DURIEUX; GENEVOIS, 2010), así como de analizar las tendencias investigativas, para trazar una ruta que comprenda las principales prioridades temática de la actualidad, y que se posicionen como emergentes y protagónicas para el futuro próximo. Además, el análisis bibliométrico se ejecuta a partir de los parámetros de referenciación de la declaración internacional PRISMA 2020 para revisiones de literatura, observadas en PAGE *et al* (2020), por lo que se tienen las siguientes subsecciones.

3.1 CRITERIOS DE ELEGIBILIDAD

Los criterios de elegibilidad, como se observa en PAGE *et al* (2020), hacen alusión a todos los factores que, inicialmente, deben comprender todos los estudios para ser incluidos dentro del proceso de revisión de literatura; este aspecto es conocido como criterios de inclusión. Así mismo, se tienen otros factores que, una vez detallados, permiten la eliminación de artículos, lo que se conoce como criterios de exclusión.

3.2 CRITERIOS DE INCLUSIÓN

Entendiendo que el objeto de estudio alude a la intención emprendedora en mujeres, se tiene que, como criterios de inclusión, los artículos científicos analizados deben comprender, tanto en su título, como en sus palabras clave, que son los principales metadatos de la actividad científica, los términos de intención y emprendimiento, así como todos los sinónimos que puedan ser reconocidos y validados por tesauros especializados como el de la UNESCO y el IEEE. Así mismo, estos conceptos de intención emprendedora en los principales metadatos deben estar combinados con los términos de “mujer” o “femenino”, para dar cuenta de la temática indagada.

3.3 CRITERIOS DE EXCLUSIÓN

Así mismo, teniendo en cuenta las indicaciones suministradas por la referenciación de PRISMA 2020, se tiene que, los criterios de exclusión persiguen tres fases consecutivas y complementarias para la eliminación de artículos. En ese sentido, después de eliminar documentos duplicados se excluyen, inicialmente, todos los registros que se consideren como errores de indexación propios de cada base de datos. Luego, se tiene una fase de exclusión de documentos sin acceso a texto completo, no obstante, es un ítem aplicable a Revisiones Sistemáticas de Literatura, que estudian contenido completo de los artículos y no del Análisis Bibliométrico, en tanto estudia metadatos científicos. Finalmente, se tiene la fase de exclusión donde se eliminan documentos con indexación o metadatos incompletos, en tanto que limitan la materialización del proceso de revisión, así como de documentos provenientes de actas de conferencia, en términos de rigurosidad metodológica.

3.4 FUENTES DE INFORMACIÓN

Entendiendo que los procesos de revisión de literatura aluden necesariamente a fuentes secundarias de información, el presente estudio selecciona como fuentes de información las dos principales bases de datos de actividad científica como lo son Scopus y Web of Science en términos de indexación de metadatos y rigurosidad en procesos de evaluación (PRANCKUTÉ, 2021).

3.5 ESTRATEGIA DE BÚSQUEDA

De acuerdo con la declaración PRISMA 2020, detallada en PAGE *et al* (2020), la estrategia de búsqueda refiere la forma en que se extraerán los documentos científicos de las fuentes de información seleccionada, de modo que estos permitan alcanzar el objetivo de investigación planteado. En ese

sentido, se diseñó una ecuación especializada de búsqueda que responda, principalmente, a los criterios de inclusión definidos al inicio del diseño metodológico y, por otro lado, a las características tipológicas de cada base de datos. En ese sentido, se tiene:

Para la base de datos Scopus: TITLE ((intention W/4 entrepr*) OR (intention W/4 new AND venture) OR (intention W/4 "Start up") OR (intention W/4 "New business") OR (intention W/4 "New firm")) OR KEY ((intention W/2 entrepr*) OR (intention W/2 new AND venture) OR (intention W/2 "Start up") OR (intention W/2 "New business") OR (intention W/2 "New firm")) AND (TITLE(wom?n OR female) OR KEY(wom?n OR female)).G

Para la base de datos Web of Science: TI=((intention AND entrepr*) OR (intention AND new AND venture) OR (intention AND "Start up") OR (intention AND "New business") OR (intention AND "New firm")) OR AK=((intention AND entrepr*) OR (intention AND new AND venture) OR (intention AND "Start up") OR (intention AND "New business") OR (intention AND "New firm")) AND (TI=(wom?n OR female) OR AK=(wom?n OR female))

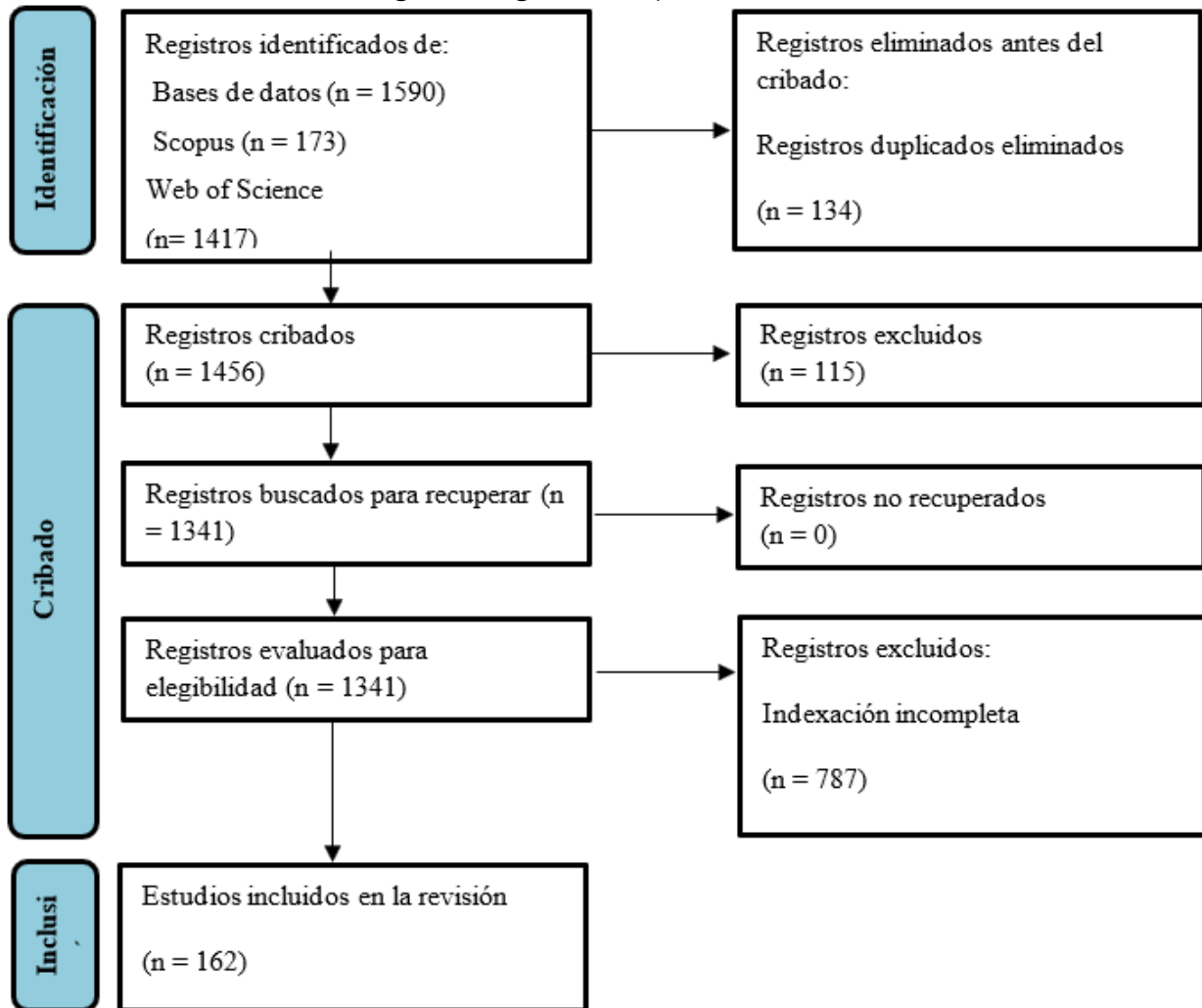
3.6 GESTIÓN DE DATOS

La aplicación de ambas ecuaciones especializadas en su respectiva base de datos permitió contar con un total de 1590 documentos que, en un principio, fueron extraídos y almacenados por medio de Microsoft Excel®. Por medio de esta misma herramienta se aplicaron los criterios de exclusión definidos en la subsección de criterios de elegibilidad. Finalmente, por medio de esta herramienta, así como del Software gratuito VOSviewer, se realizan indicadores bibliométricos de cantidad, calidad y estructura, así como un análisis detallado de palabras clave, según el propósito de la investigación.

3.7 PROCESO DE SELECCIÓN DE LOS DOCUMENTOS

Finalmente, conforme con los ítems de la declaración PRISMA 2020, se tiene que, para el proceso de selección de artículos, y con el propósito de reducir el sesgo a una mínima expresión, todos los autores aplicaron la estrategia de búsqueda, así como los criterios de exclusión, de forma independiente. De este modo, todas las diferencias encontradas, fueron tratadas de forma colectiva, hasta llegar a puntos de convergencia. En ese sentido, se tiene la Figura 1, por medio de la cual se detallan las fases descritas previamente.

Figura 1. Diagrama de flujo PRISMA 2020.



Fuente: elaboración propia a partir de Scopus y Web of Science.

Como se observa en la Figura 1, se tiene una fase inicial de identificación de artículos, producto de la materialización de la estrategia de búsqueda en cada base de datos, así como la eliminación de todos los registros duplicados identificados. Luego, se tienen las tres fases de exclusión detalladas, así como, por último, la cantidad de documentos que se analizarán en el proceso de revisión de literatura.

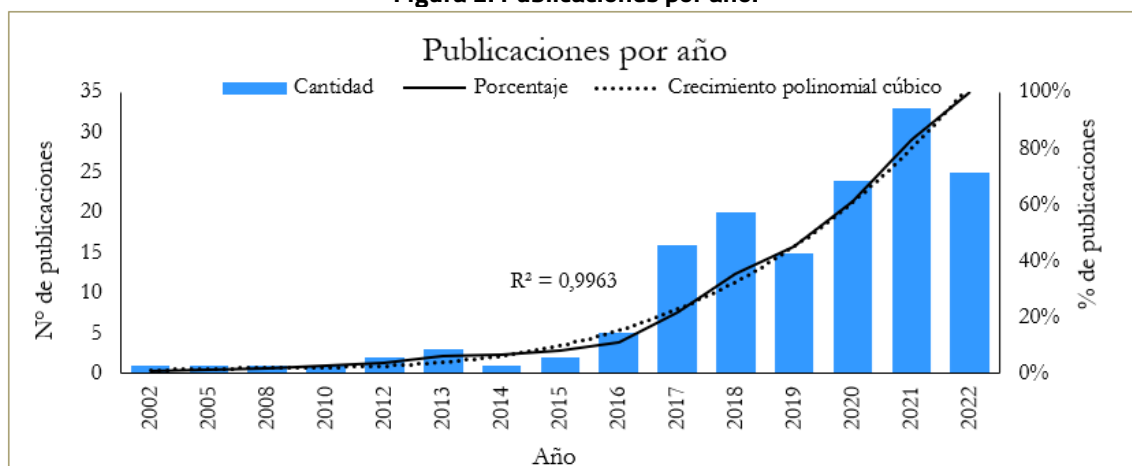
4 RESULTADOS

4.1 INDICADORES DE CANTIDAD

De acuerdo con GAO *et al*, (2021), con los indicadores de cantidad es posible medir la productividad con el número de documentos publicados. A continuación, se presenta el análisis de cantidad o de productividad de las investigaciones, para lo cual, en particular se consideraron tres variables importantes: autores, revistas y países. Así, en la Figura 2, se presentan el número de publicaciones por año, observando que hay un creciente interés en el tema desde el año 2016, siendo el 2021 el periodo más productivo con 33 publicaciones. En este año, las investigaciones se enfocaron en el emprendimiento académico femenino, estudiando bajo qué condiciones los antecedentes de las intenciones emprendedoras se pueden explicar (DI PAOLA, 2021), también se analizó la influencia del entorno sociocultural así como las percepciones sociales y la orientación empresarial en las intenciones empresariales de las mujeres (ANGGADWITA *et al*, 2021), y se han interesado por evaluar la diferencia entre los atributos psicológicos antes y después de un programa de educación y formación empresarial (BHATTI *et al*, 2021).

Además, se observa un tipo de crecimiento polinomial cúbico que, lo que da cuenta que, si bien se presentan ciertas vicisitudes en el comportamiento de publicación o en la cantidad de publicaciones que se tiene cada año, aun así, es un tema con un importante crecimiento, lo que permite inferir que es una temática altamente protagónica no solo para el presente, sino para el futuro próximo del desarrollo del cuerpo científico. Este tipo de crecimiento se respalda desde un porcentaje de 99,63% en el coeficiente de determinación, en comparación con el ritmo de crecimiento real estudiado.

Figura 2. Publicaciones por año.

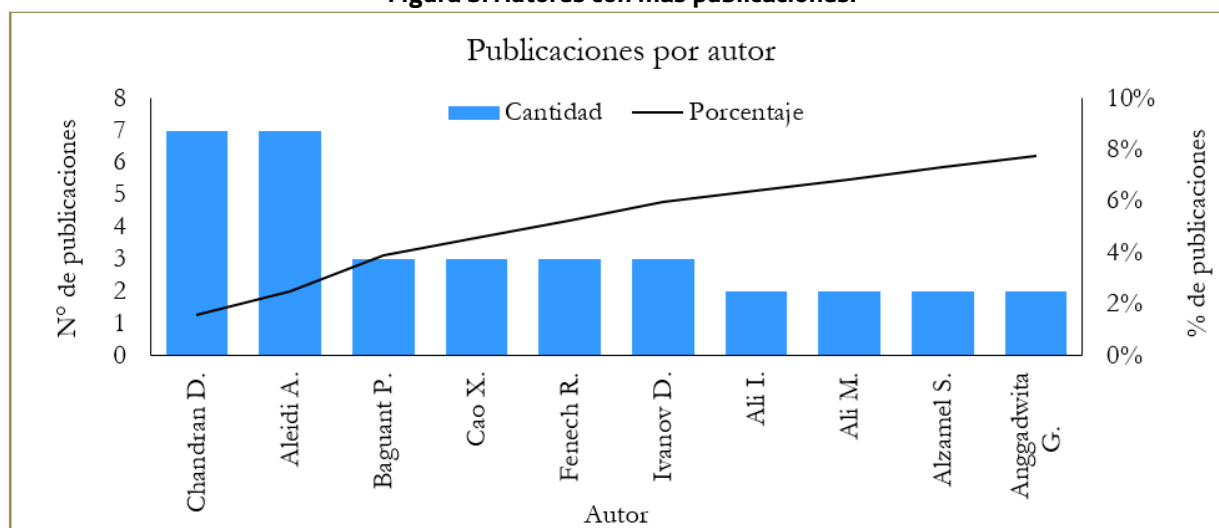


Fuente: elaboración propia a partir de Scopus y Web of Science.

En la Figura 3, se pueden apreciar los 10 autores más productivos en la temática sobre la intención emprendedora en las mujeres. El primer lugar, lo comparten los investigadores Daniel Chandran y Asma Aleidi, que cuentan con siete publicaciones cada uno. Sus investigaciones se enfocan en las Tecnologías de la Información-TI y su relación con las mujeres con intención emprendedora. En este sentido, ALEIDI; CHANDRAN, (2017) proponen un modelo integrado para explicar las TI de las mujeres y la intención emprendedora como un nuevo impulsor en el comportamiento de estas herramientas, además de ello CHANDRAN; ALEIDI, (2019) examinan también, la relación entre las TI, la influencia social de las mujeres con intención emprendedora y el proceso de la toma de decisiones que llevan a las mujeres a convertirse en empresarias tecnológicas.

Seguido, en el segundo lugar se ubican cuatro autores: Roberta Fenech, Priya Baguant, Dan Ivanov y Xuanwei Cao con 3 artículos cada uno. Por su parte, FENECH *et al*, (2019), exponen un estudio exploratorio de la autoeficacia empresarial, normas subjetivas y actitudes de mujeres. Asimismo, se han preocupado por investigar las relaciones entre la percepción control conductual, normas subjetivas, intenciones emprendedoras, motivaciones y conocimientos cognitivos presentando dos modelos teóricos que integran la teoría del comportamiento planificado y la teoría de la expectativa de la motivación (FENECH *et al*, 2018). Por su parte, DONG *et al*, (2022) orientó su investigación hacia analizar la relación entre el bienestar y el emprendimiento social en estudios de género.

Figura 3. Autores con más publicaciones.



Fuente: elaboración propia a partir de Scopus y Web of Science.

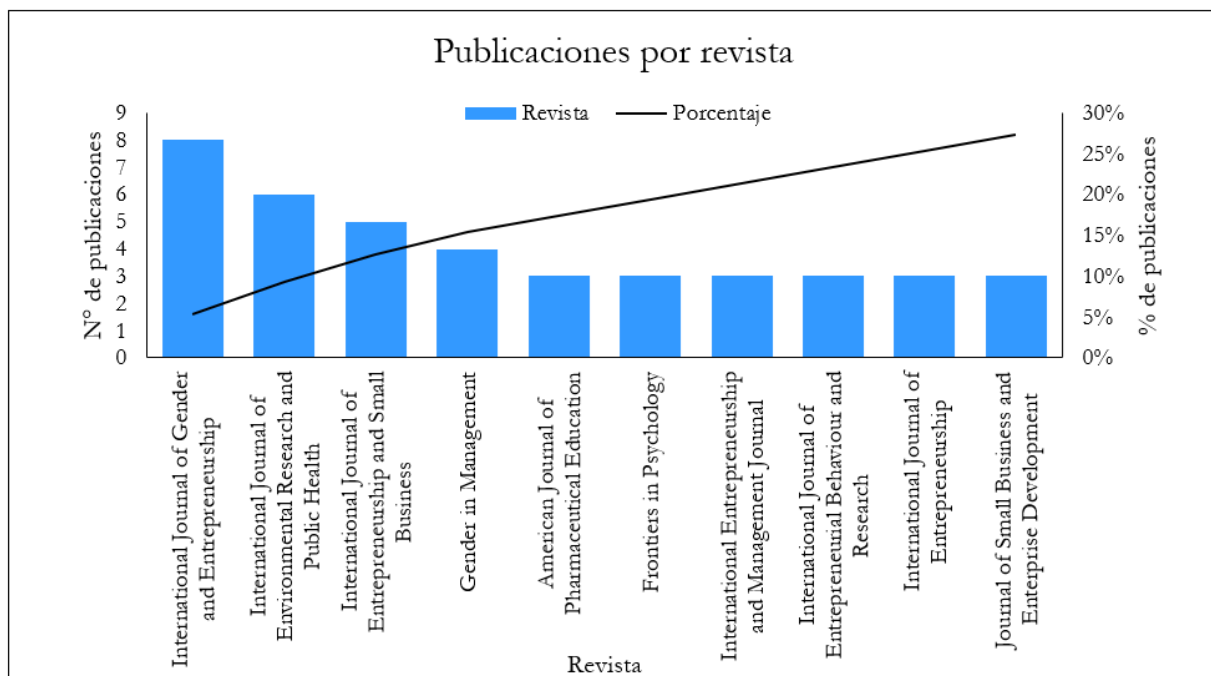
De acuerdo con lo observado en la figura 4, *International Journal of Gender and Entrepreneurship* es la revista líder en términos de productividad con 8 artículos publicados, estas publicaciones se enfocan en

analizar los factores determinantes de la intención emprendedora examinando si son los mismos para hombres y mujeres y comprueban si su grado de importancia varía en función del género (MIRANDA *et al*, 2017). También se explora en estas publicaciones, la relación entre el sexo, la orientación de roles de género (GRO) y la decisión de emprender (PEREZ-QUINTANA *et al*, 2017), además se explican los efectos directos de los factores del ecosistema emprendedor que afectan las intenciones emprendedoras y las combinaciones configuraciones que causan intenciones emprendedoras altas o bajas (ALI *et al*, 2019).

International Journal of Environmental Research and Public Health, cuenta con 6 publicaciones, que se enfocan en explorar la intención de rotación de los empleados y el sistema causal del liderazgo empresarial (YANG *et al*, 2019). Además de esto también se analizan los antecedentes institucionales y psicológicos de la intención emprendedora y el papel del género. (RODRÍGUEZ-GUTIÉRREZ *et al*, 2020).

Seguido, se tiene la revista *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, con 5 publicaciones, con investigaciones enfocadas en el análisis del papel de la actitud personal y de las percepciones sociales para explorar las intenciones emprendedoras de las mujeres involucrados en las pequeñas empresas (DINC; HADZIC, 2018), así como examinar la influencia del desempleo y la educación en las intenciones de las mujeres de iniciar el espíritu empresarial electrónico (MAND *et al*, 2018).

Figura 4. Revistas con más publicaciones.



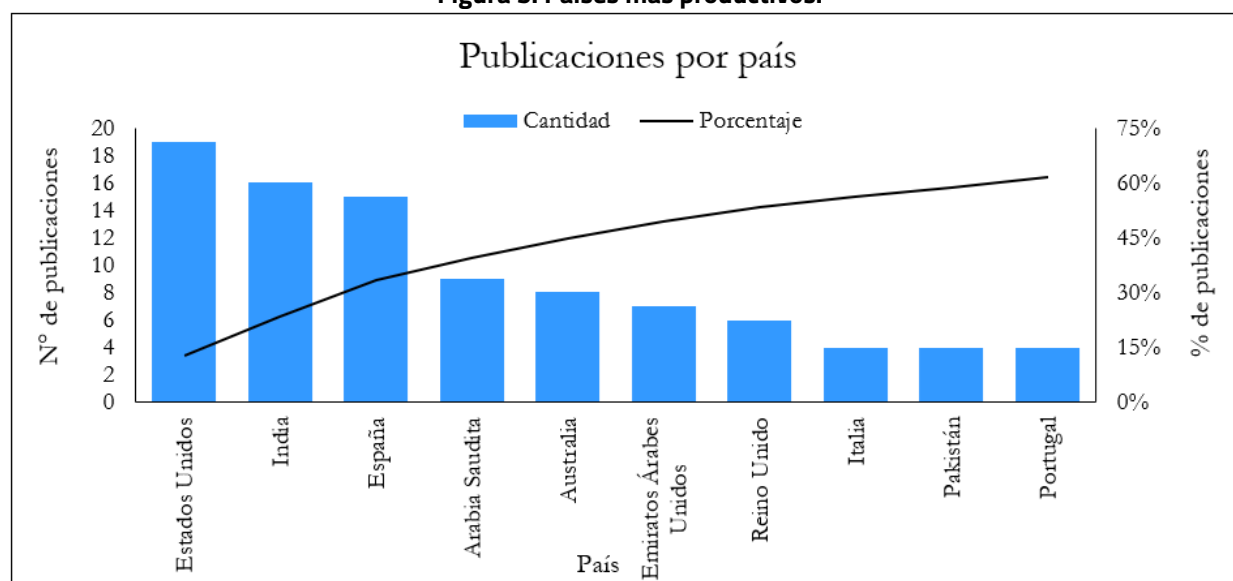
Fuente: elaboración propia a partir de Scopus y Web of Science.

En la Figura 5, se evidencia que Estados Unidos es el país donde más se publica con 17 artículos, Sus estudios muestran que las mujeres tienen menos probabilidades de iniciar un negocio que sus contrapartes masculinas (MEHTAP *et al*, 2017), así como también, llama la atención sobre el impacto potencial de los estereotipos de género explícitos e implícitos en las intenciones empresariales de las mujeres de alto crecimiento y examina el papel que desempeña la autoeficacia empresarial en este proceso (SWEIDA; REICHARD, 2013).

En segundo lugar, está India, con 16 publicaciones, con publicaciones que han tenido como objetivo identificar signos de intención empresarial para mujeres jóvenes en este país y donde el gobierno indio ahora está poniendo gran énfasis en la participación de las mujeres en actividades económicas clave para su nación (SRIVASTAVA; MISRA, 2017). Sumado a ello, se estudia la evaluación comparativa para medir el espíritu empresarial de las mujeres (GOEL; MADAN, 2019).

Seguido, en el tercer lugar esta España con 15 publicaciones, su investigación Explora la relación entre las habilidades y la intención emprendedora (IE) de una muestra de emprendedores STEM potenciales para probar la hipótesis tradicional de que las mujeres exhiben tasas más bajas de intención emprendedora que los hombres y que la falta de habilidades cognitivas es una barrera mayor (ARMUÑA *et al*, 2020), aparte de ello, se analiza si los factores determinantes de la intención emprendedora de los académicos son los mismos para hombres y mujeres y comprobar si su grado de importancia varía en función del género (MIRANDA *et al*, 2017).

Figura 5. Países más productivos.



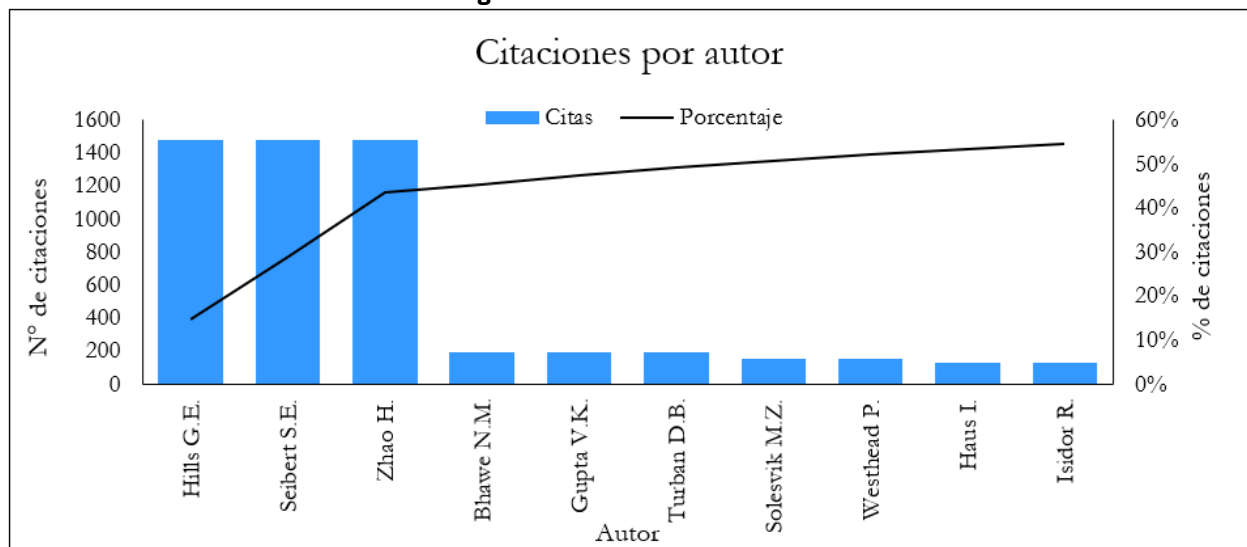
Fuente: elaboración propia a partir de Scopus y Web of Science.

4.2 INDICADORES DE CALIDAD

Los indicadores de calidad miden el impacto de las investigaciones por medio de las citas que recibe cada documento así se analizó el impacto de las investigaciones considerando 3 importantes variables (autores, revistas y país) (VILLA *et al*, 2018). De acuerdo con lo presentado en la Figura 6, los autores líderes en términos de impacto son Gerald E. Hills, Scott Seibert y Hao Zhao, y, cuentan con un artículo en el cual ha sido citado 1478 veces, donde el propósito de su estudio fue investigar el papel mediador de la autoeficacia en el desarrollo de las intenciones de los estudiantes emprender, para esto los autores utilizaron modelos de ecuaciones estructurales (ZHAO *et al*, 2005).

Vishal K Gupta, Daniel B. Turban y Nachiket Bhawe, se ubican en segundo lugar como los autores más citados en la temática, contando con una publicación que contiene 191 citaciones, donde en este estudio se Examinó el efecto de la reactivación explícita y explícita de los estereotipos de género en las intenciones de hombres y mujeres de seguir carreras tradicionales, como el espíritu empresarial (Gupta *et al*, 2008). En el tercer lugar, se encuentran los autores Paul Westhead y Marina Z Solesvik, con una publicación de 152 citaciones donde su principal enfoque es, la educación empresarial (EE) y sus conexiones entre la vigilancia, las habilidades para asumir riesgos y la fuerza de las intenciones empresariales asociadas con la fundación de un empresario (WESTHEAD; SOLESVIK, 2016).

Figura 6. Autores más citados.



Fuente: elaboración propia a partir de Scopus y Web of Science.

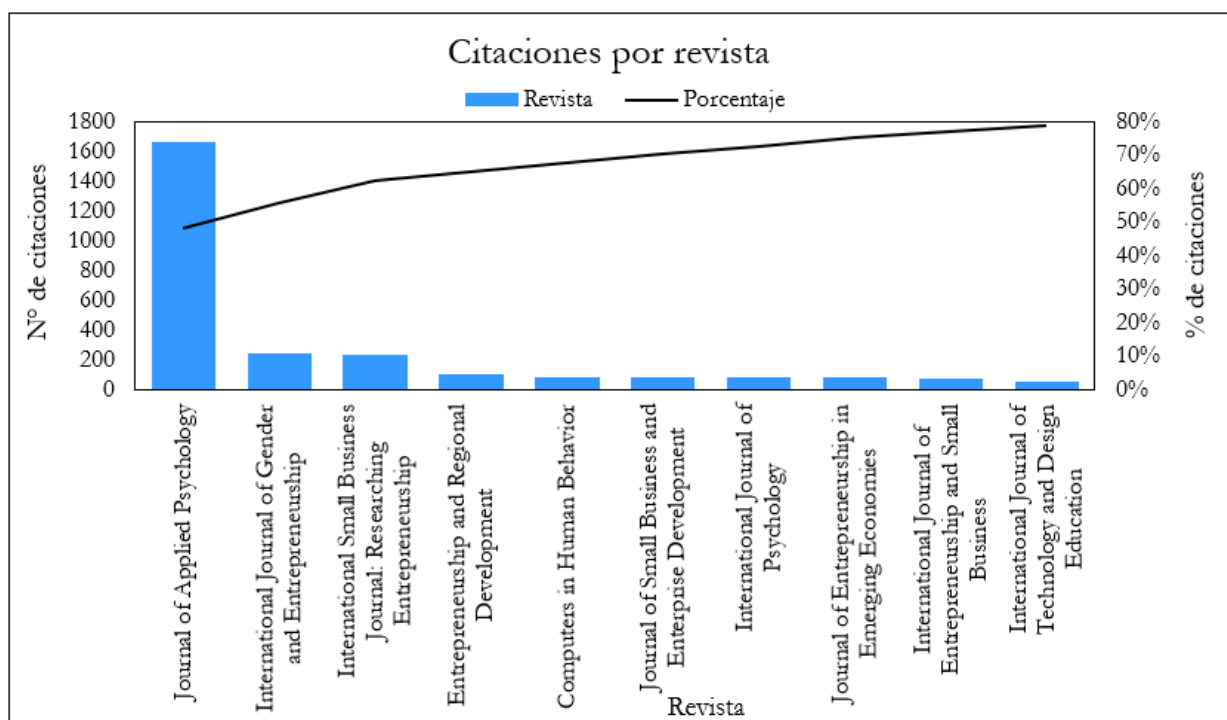
De acuerdo con la Figura 7 *Journal of Applied Psychology*, cuenta 1669 citaciones, de las cuales 1511 provienen de una publicación en donde tenían como propósito investigar el papel mediador de la

autoeficacia en el desarrollo de las intenciones de los estudiantes de convertirse en empresarios (ZHAO *et al*, 2005).

Por su parte, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, es la segunda revista más citada con 248 citaciones, donde sus publicaciones más citadas se enfocan en identifica un modelo en el que la relación entre el género y la intención emprendedora (IE) está mediada por tres constructos motivacionales principales (es decir, la actitud hacia el emprendimiento y la subjetividad). Estándares y Control Cognitivo del Comportamiento (CBP))(HAUS *et al*, 2013), además de esto, se explora la relación entre el sexo, la orientación de roles de género (GRO) y la decisión de emprender (PEREZ-QUINTANA *et al*, 2017).

International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship, es la tercera revista más citada con 231 citaciones, cuenta con 2 publicaciones sobre la tematica donde una de ellas tiene 156 citaciones, esta publicación se enfoca en Explorar el vínculo entre la participación en la educación empresarial (EE), las habilidades de vigilancia y asunción de riesgos, y la intensidad de la intención empresarial asociada con convertirse en empresario (WESTHEAD; SOLESVIK, 2016).

Figura 7. Revistas más citadas.

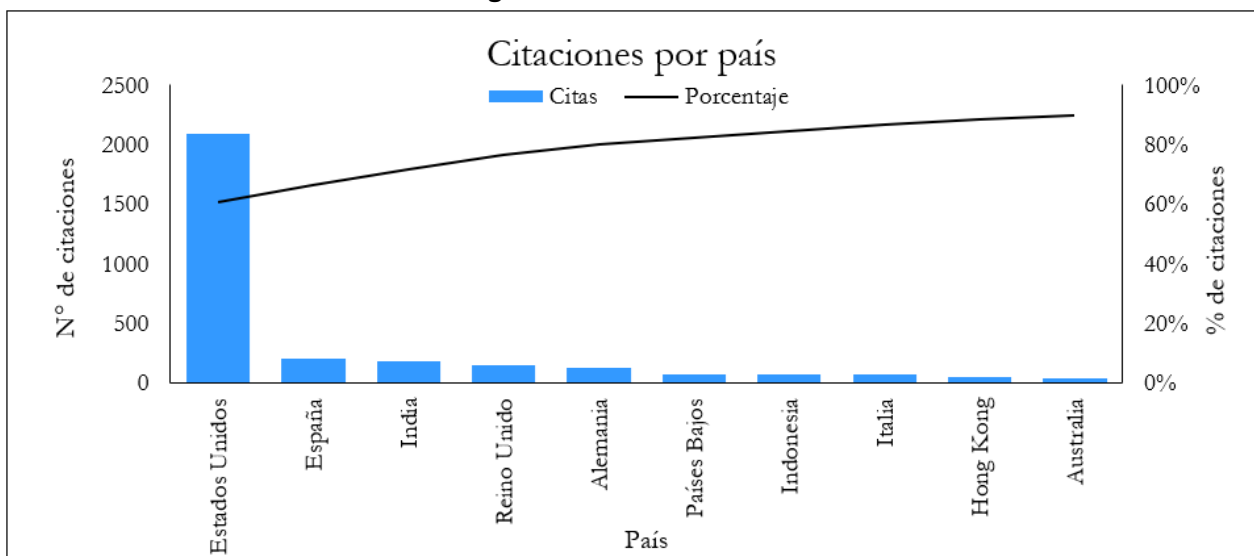


Fuente: elaboración propia a partir de Scopus y Web of Science.

Conforme con los indicadores de calidad por país, se presenta la Figura 8 que relaciona los diez países con mayor impacto sobre la temática en la actualidad, teniendo a, Estados Unidos el país más citado de la temática, cuenta con 2086 citaciones, su publicación más citada se enfoca en utilizar una perspectiva de la teoría de la expectativa para proponer diferencias en las expectativas de crecimiento de hombres y mujeres emprendedores nacientes (MANOLOVA *et al*, 2012).

En segundo lugar, está España, cuenta con 204 citaciones, donde su publicación más citada se enfoca en comprobar si la menor intención emprendedora detectada en estudios previos se debe a la menor presencia de determinantes de la intención empresarial entre las mujeres o viceversa, ya que es determinada por la presencia de barreras implícitas (MIRANDA *et al*, 2017). De igual forma, India, cuenta con 190 citaciones, es el tercer país más citado de la temática, en sus publicaciones más citadas, se basan en encontrar la relación entre la educación y la formación y el desempeño de las mujeres emprendedoras (WE). Este estudio muestra que la educación empresarial alienta a las mujeres a aceptar el espíritu empresarial como una opción de carrera (RAUTH BHARDWAJ, 2014).

Figura 8. Países más citados.



Fuente: elaboración propia a partir de Scopus y Web of Science.

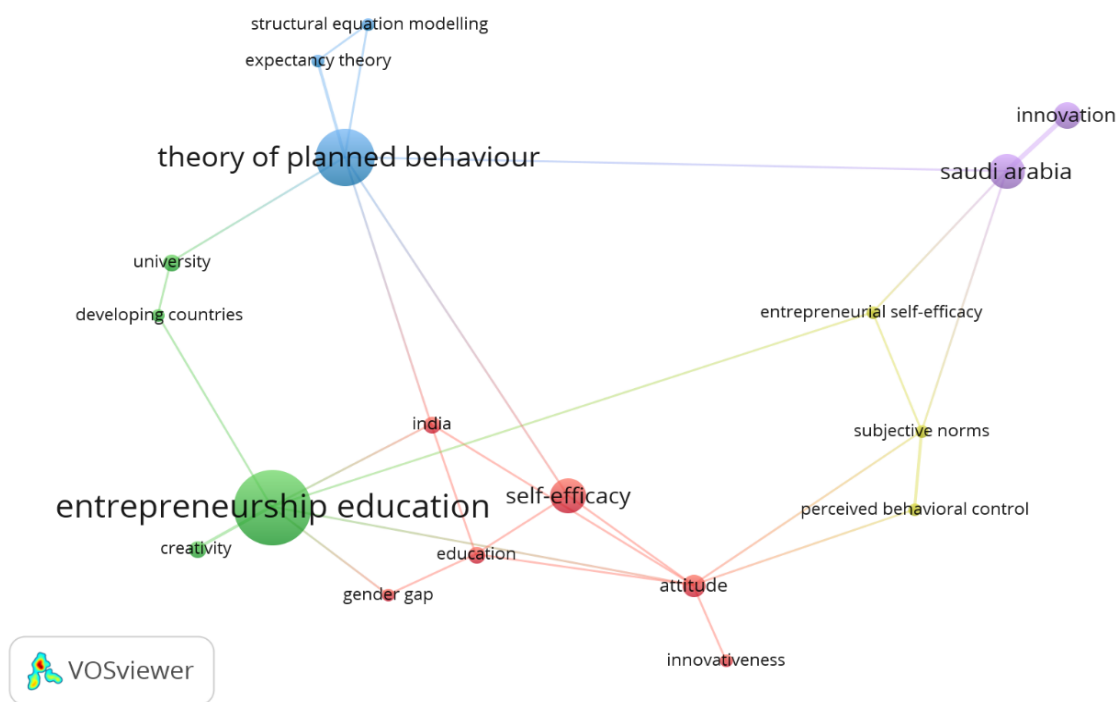
4.3 INDICADORES DE ESTRUCTURA Y ANÁLISIS DE TENDENCIAS

En cuanto a los indicadores de estructura, permiten medir la conectividad entre las distintas publicaciones, analizando por investigadores y tendencias temáticas (VILLA *et al*, 2018). Entre algunas

representaciones de este análisis se encuentran la construcción de redes sociales, identificándose en las uniones, nodos o vértices y enlaces. Dichos nodos pueden corresponder a autores y palabras clave, con lo cual se examina la dinámica con la que se relacionan según u área de conocimiento (COMMER *et al*, 2022). En la Figura 9 se expone el mapa de co-ocurrencia de palabras clave, el cual analiza los temas cubiertos por un campo de investigación para poder identificar cuáles son los temas más relevantes, recientes y vigentes, lo que también se conoce como los tópicos tendencia de un campo de investigación (MCALLISTER *et al*, 2021).

En este sentido, la Figura 9 presenta las palabras claves más frecuentes en la literatura, resaltando cinco grupos temáticos cuando se unen con otras palabras. Así, el clúster de color verde contiene las publicaciones relacionadas con el currículo y la formación universitaria para el emprendimiento en contextos emergentes. Por su parte, el grupo temático de color azul asocia las investigaciones desde la perspectiva del comportamiento de los emprendedores abarcando metodologías como ecuaciones estructurales y de teorías como la de comportamiento planificado que determinan que las mujeres quieran iniciar un negocio. Seguido, de color rojo se encuentran los estudios relacionados con factores motivacionales que influyen en la intención emprendedora como la actitud, la autoeficacia, el nivel de formación alcanzado, innovación, entre otros. Por su parte, el clúster color amarillo se enfoca en las normativas que promueven el emprendimiento y la percepción de la autoeficacia en la mujer para el proceso de creación de empresa. Por último, el quinto clúster es de color morado claro que se ha orientado a trabajar casos de estudio en países con economías fuertes para analizar como la innovación ha sido el factor de éxito para la creación de empresas en el género femenino.

Figura 9. Mapa de co-ocurrencia de palabras clave



Fuente: elaboración propia a partir de Scopus y Web of Science.

Por otra parte, con la información indexada en la base de datos seleccionada se desarrolló el análisis de términos claves de la temática, el cual permitió ubicarlas en un plano cartesiano como se presenta en la figura 10, donde el eje X (eje horizontal) hace alusión a la cantidad o frecuencia de las palabras clave, mientras que el eje Y (eje vertical) señalan el año promedio en que cada término ha sido utilizado. En este sentido, la figura 10 muestra que el *Cuadrante I*, donde se tiene un único término que se posiciona, no solo entre los más frecuentes, sino entre los más vigentes a India. Es decir que, India representa el término más relevante y de mayor impacto en los últimos años, lo cual se explica porque hace parte de los países que más publican en la temática y, por tanto, más trata de documentar sus casos de estudio sobre la intención emprendedora.

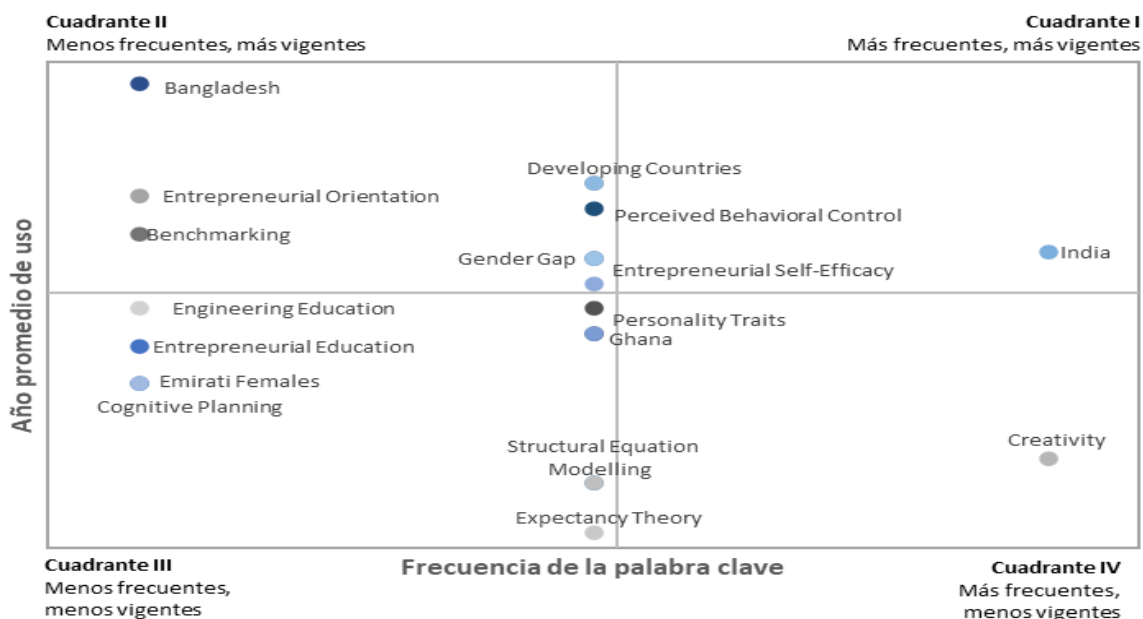
Posteriormente, a partir del *Cuadrante II* se relacionan aquellos términos que, no son los más citados en actualmente, pero si se encuentra entre los términos más vigentes por ser las palabras clave que se han indexado en las publicaciones con mayor frecuencia en los últimos años (los más utilizados en la más reciente producción académica). Dichos términos corresponden a Benchmarking (análisis evaluación

comparativa), *Developing countries* (Países en desarrollo), *Gender gap* (brecha de género), *Orientation entrepreneurial* (Orientación del emprendedor) y Bangladesh.

Luego, en el *Cuadrante III* muestra el análisis a las palabras clave que han tenido menor impacto o en la producción académica debido al bajo número de citas, y que, además, no se ubican entre los términos que se han utilizado con mayor frecuencia en los últimos años. De este modo, se infiere que estas palabras clave tienen bajo protagonismo en el desarrollo teórico, literario o conceptual de la temática en el futuro próximo, por lo tanto, no se deben considerar parte de agendas futuras de investigación. Estos términos son: *Engineering Education* (Educación en Ingeniería), *Entrepreneurial education* (Educación emprendedora), *Emirati females* (Mujeres emiratíes), *Cognitive planning* (Planificación cognitiva), *Personality traits* (Rasgos de personalidad), *Structural Equation modeling* (Modelos de ecuaciones estructurales), *Expectancy Theory* (Teoría de las expectativas) y Ghana.

Por último, el *Cuadrante IV* hace alusión a esos conceptos que han presentado gran importancia en la producción académica sobre la participación de la mujer en la intención emprendedora, lo cual se ve evidenciado en el alto número de citas, sin embargo, son términos que han perdido vigencia y en los estudios más recientes sobre este campo de conocimiento. En otras palabras, estas palabras clave fueron importantes para comprender los aspectos fundamentales de la temática en tiempos pasados, convirtiéndose en base importante del estado de publicaciones actuales, pero ya no representan conceptos que deban ser analizados con frecuencia en una agenda futura. Entre estos conceptos solo se tiene a: *creativity* (creatividad).

Figura 10. Análisis de vigencia y frecuencia de las palabras clave
Vigencia y frecuencia de las palabras clave



Fuente: elaboración propia

5 CONSIDERACIONES FINALES

A partir de los hallazgos encontrados en el análisis bibliométrico que demuestran un crecimiento polinomial cúbico en el ritmo de publicaciones, siendo los años 2021 y 2022 los más productivos en la temática, se concluye que es una temática altamente relevante para la actividad científica de la actualidad, así como en el futuro próximo, demostrando la importancia de comprender los factores que determinan la intención emprendedora en mujeres dentro de aspectos sociales, culturales, históricos, así como económicos y organizacionales.

Así mismo, se concluye que la identificación de los autores referentes sobre la temática se compone de dos grupos complementarios: los autores más productivos, como Chandran D., y Aleidi A., y los de más impacto: Hills G.E., Seibert S.E., y Zhao H. Esto se menciona, ya que no hay concordancia entre ambos grupos de autores, demostrando la descentralización que existe en términos análisis de autores. Situación que difiere del análisis de las principales revistas en el campo, donde se tiene que revistas como *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, que es la revista más productiva, también se ubica

como la segunda revista de más impacto científico, solo por detrás de *Journal of Applied Psychology*, que son los principales referentes en términos de divulgación científica sobre intención emprendedora en mujeres.

Así mismo, a partir de los principales hallazgos, producto del análisis detallado de palabras clave, se concluye que existe una estrecha relación entre los estudios de intención emprendedora en mujeres, con otras temáticas determinantes como la educación emprendedora en universidades, que implica, entre tantos elementos, factores asociados a la creatividad; también se demuestra una estrecha relación teórica con uno de los principales modelos comportamentales que se disponen en la literatura científica como lo es la Teoría del Comportamiento Planificado, que permite comprender los principales factores psico-conductuales que explican o predicen la intención emprendedora en mujeres.

Una vez identificado que la temática se posiciona para el futuro próximo a partir por las tendencias de crecimiento en el ritmo de publicaciones, se concluye que el desarrollo de esas futuras investigaciones se deben gestar a partir de los principales conceptos emergentes en el campo, es decir, que han sido significativos en las últimas investigaciones, donde se detalla la importancia de consolidar conceptos como la orientación emprendedora, el control del comportamiento percibido, la autoeficacia emprendedora, así como el desarrollo de estudios de mercado, en el contexto de países en desarrollo, donde se comienza a posicionar los estudios de género dentro de las principales agendas investigativas.

Este estudio bibliométrico, además, contribuye ofreciendo una perspectiva general de la evolución de la investigación sobre el protagonismo de la mujer en los estudios sobre intención emprendedora y un marco que será útil para empresarios, el gobierno, los encargados de formular políticas y para los investigadores del campo de la historia empresarial y del empoderamiento de la mujer. Sin embargo, en estudios futuros se recomienda para tener una visión más completa de este campo de conocimiento, ampliar el análisis a profundidad en las publicaciones más citadas para continuar revelando la evolución de las áreas temáticas. En adición a la contribución teórica de esta investigación, estos hallazgos también brindarían reflexiones a potenciales emprendedores para disminuir los desafíos en la creación y gestión de las empresas; y a los gobernantes, para planificar e impulsar investigaciones orientadas al desarrollo económico nacional.

Este estudio se limitó a analizar solo los registros de las bases de datos Scopus y Web of Science dejando por fuera publicaciones en otras bases que pudieron ser valiosas. También debe considerarse que, aunque se establecieron criterios de selección manual para filtrar los documentos a analizar, puede existir un sesgo subjetivo. Respecto a los análisis bibliométricos, en general, las afirmaciones cualitativas tienden a ser subjetivas también porque estos estudios tienen un enfoque principalmente cuantitativo. Igualmente, este tipo de revisiones brindan un pronóstico a corto plazo del área objeto de análisis.

REFERENCIAS

- AGARWAL, S.; LENKA, U. Study of the incursion of women in the field of entrepreneurship. **Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship**, v.18, n. 2 p.232–247, 2019. <https://doi.org/10.1108/JRME-04-2015-0024>
- ALEIDI, A.; CHANDRAN, D. (2017). Does Institutional Environment Promote Women’s IT Entrepreneurial Intention in Saudi Arabia ?. In: **The Pacific Asia Conference on Information Systems. 2017**, Isla De Langkawi: elibrary, 2017, p. 1–7. <http://aisel.aisnet.org/pacis2017/208>
- ALI, I., ALI, M.; BADGHISH, S. Symmetric and asymmetric modeling of entrepreneurial ecosystem in developing entrepreneurial intentions among female university students in Saudi Arabia. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v.11, 4, p. 435–458, 2019. <https://doi.org/10.1108/IJGE-02-2019-0039/FULL/XML>
- AL-MAMARY, Y. H.; ALSHALLAQI, M. Impact of autonomy, innovativeness, risk-taking, proactiveness, and competitive aggressiveness on students’ intention to start a new venture. **Journal of Innovation & Knowledge**, v.7, n.4, p. 100239, 2022. <https://doi.org/10.1016/J.JIK.2022.100239>
- ANGGADWITA, G.; RAMADANI, V.; PERMATASARI, A. *et al.* Key determinants of women’s entrepreneurial intentions in encouraging social empowerment. **Service Business**, v. 15, n.2, p.309–334, 2021. <https://doi.org/10.1007/S11628-021-00444-X/TABLES/5>
- ARMUÑA, C.; RAMOS, S.; JUAN, J. *et al.* From stand-up to start-up: exploring entrepreneurship competences and STEM women’s intention. **International Entrepreneurship and Management Journal**, v. 16, n. 1, p. 69–92, 2020. <https://doi.org/10.1007/S11365-019-00627-Z>
- BHATTI, M. A.; AL DOGHAN M.; MAT SAAT, S. A. *et al.* . Entrepreneurial intentions among women: does entrepreneurial training and education matters? (Pre- and post-evaluation of psychological attributes and its effects on entrepreneurial intention). **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 28, n. 2, p. 167–184, 2021. <https://doi.org/10.1108/JSBED-09-2019-0305/FULL/XML>
- BUQUET, A. G.; LÓPEZ GONZÁLEZ DE ORDUÑA, H.; MORENO ESPARZA, H. *et al.* Relevancia de los estudios de género en las universidades. La creación del Centro de Investigaciones y Estudios de

Género en la UNAM. **Perfiles Educativos**, v. 42, n. 167, p. 178–196, 2020. <https://doi.org/10.22201/IIISUE.24486167E.2019.167.59037>

CHANDRAN, D.; ALEIDI, A. (2019). Exploring Antecedents of Female IT Entrepreneurial Intentions in the Saudi Context. In: **Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences**, Hawaii: Hindawi, 2019. p. 5419–5428. <https://hdl.handle.net/10125/59978>

CHHABRA, S.; RAGHUNATHAN, R.; RAO, N. V. M. The antecedents of entrepreneurial intention among women entrepreneurs in India. **Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship**, v. 14, n.1, p. 76–92, 2020. <https://doi.org/10.1108/APJIE-06-2019-0034>

COMMER, P. J.; SCI, S.; CONTRERAS, F. *et al.* Social sustainability studies in the 21st century: A bibliometric mapping analysis using VOSviewer Software. **Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PICSS)**, v. 16, n.1, p. 167–203, 2022. <https://www.econstor.eu/handle/10419/261309>

DE GORTARI, R.; SANTOS, M. J. The Historical Institutional Context in Latin America in the Promotion of the Creativity Process of Entrepreneurship. **The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Latin America**, p. 17–35, 2022. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-955-220221002>

DENG, W.; LIANG, Q., LI, J.; *et al.* Science mapping: a bibliometric analysis of female entrepreneurship studies. **Gender in Management**, v. 36, n.1, p. 61–86, 2021. <https://doi.org/10.1108/GM-12-2019-0240/FULL/XML>

DI PAOLA, N. Pathways to academic entrepreneurship: the determinants of female scholars' entrepreneurial intentions. **Journal of Technology Transfer**, v. 46, n. 5, p. 1417–1441, 2021. <https://doi.org/10.1007/s10961-020-09824-3>

DINC, M. S.; HADZIC, M. The mediating impact of personality traits on entrepreneurial intention of women in Northern Montenegro. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, v. 33, n, 3, p. 400–416, 2018. <https://ideas.repec.org/a/ids/ijesbu/v33y2018i3p400-416.html>

DONG, J.; WANG, X.; CAO, X. *et al.* More Prosocial, More Ephemeral? The Role of Work-Related Wellbeing and Gender in Incubating Social Entrepreneurs' Exit Intention. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 19, n. 7, 2022. <https://doi.org/10.3390/ijerph19073999>

DRAKPA, D.; LODAY, S.; YANGCHEN, K. Factors Affecting Entrepreneurial Intention of the Female Students of Business Colleges of Bhutan: Applying the Theory of Planned Behaviour. **JWEE**, v.1, n. 2, p. 170–186, 2022. <https://doi.org/10.28934/JWEE22.12.PP170-186>

DURIEUX, V.; GEVENOIS, P. A. Bibliometric indicators: quality measurements of scientific publication. **Radiology**, v. 255, n. 2, p. 342–351, 2010. <https://doi.org/10.1148/radiol.09090626>

FENECH, R.; BAGUANT, P.; IVANOV, D. Entrepreneurial intentions and motivation of young native females in the UAE. **International Journal of Entrepreneurship**, v. 22, n. 4, p. 1–16, 2018, <https://www.proquest.com/openview/7995a6473e4230d5cf8cb711694732de/1?pq-origsite=gscholar&cbl=29727>

FENECH, R.; BAGUANT, P.; IVANOV, D. Entrepreneurial attitudes, self-efficacy, and subjective norms amongst female emirati entrepreneurs. **International Journal of Entrepreneurship**, v. 23, n. 1, p. 1–11, 2019. <https://www.researchgate.net/publication/332873123>

FLORES-NOVELO, A.; BOJÓRQUEZ CARRILLO, A. L.; CUADRADO BARRETO, G. C. Driving and restraining forces of female Latin American entrepreneurship. **Telos Revista de Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales**, v. 23, n. 3, p. 668–691, 2021. <https://doi.org/10.36390/telos233.11>

GABA, A. K.; GABA, N. Entrepreneurial Activity and Economic Growth of BRICS Countries: Retrospect and Prospects. **The Journal of Entrepreneurship**, v. 31, n. 2, p. 402–424, 2022. <https://doi.org/10.1177/09713557221097160>

GAO, P.; MENG, F.; MATA, M. N. *et al.* Trends and Future Research in Electronic Marketing: A Bibliometric Analysis of Twenty Years. **Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research**, v. 16, n. 5, p. 1667–1679, 2021 <https://doi.org/10.3390/JTAER16050094>

GOEL, N.; MADAN, P. Benchmarking financial inclusion for women entrepreneurship – a study of Uttarakhand state of India. **Benchmarking**, v. 26, n. 1, p. 160–175, 2019. <https://doi.org/10.1108/BIJ-01-2018-0023/FULL/XML>

GUPTA, V. K.; TURBAN, D. B.; BHAWE, N. M. The Effect of Gender Stereotype Activation on Entrepreneurial Intentions. **Journal of Applied Psychology**, v. 93, n. 5, p. 1053–1061, 2008. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.93.5.1053>

HAUS, I.; STEINMETZ, H.; ISIDOR, R. *et al.* Gender effects on entrepreneurial intention: A meta-analytical structural equation model. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 5, n. 2, p. 130–156, 2013. <https://doi.org/10.1108/17566261311328828/FULL/XML>

JHA, P.; MAKKAD, M.; MITTAL, S. Performance-oriented factors for women entrepreneurs – a scale development perspective. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, v. 10, n. 2, p. 329–360, 2018. <https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2017-0053>

KAIROLDANOVA, A.; MUKHSIYNOV, A. Woman entrepreneurship development issues: international aspects. **Sciences of Europe**, v. 95, p. 9–11, 2022. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6724394>

KANG, H. Y. Technological engagement of women entrepreneurs on online digital platforms: Evidence from the Apple iOS App Store. **Technovation**, v. 114, p. 102522, 2022. <https://doi.org/10.1016/J.TECHNOVATION.2022.102522>

KUNGWANSUPAPHAN, C. ; LEIHAOTHABAM, J. K. S. Capital factors and rural women entrepreneurship development: A perspective of Manipur state, India. **Gender in Management: An International Journal**, v. 31, n. 3, p. 207–221, 2016. <https://doi.org/10.1108/GM-04-2015-0031>

LAHIRI-DUTT, K. New directions in research on women and gender in extractive industries. **The Extractive Industries and Society**, v. 9, p. 101048, 2022. <https://doi.org/10.1016/J.EXIS.2022.101048>

MAND, H. S.; ATRI, M.; GILL, A. Influence of unemployment and education on women's intentions to start e-entrepreneurship: Evidence from Indian survey data. **International Journal of Entrepreneurship and Small Business**, vo. 35, n. 2, p. 203–219, 2018. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2018.094964>

MANOLOVA, T. S.; BRUSH, C. G.; EDELMAN, L. F. *et al.* One size does not fit all: Entrepreneurial expectancies and growth intentions of US women and men nascent entrepreneurs. **Entrepreneurship and Regional Development**, v. 24, n. 1–2, p. 7–27, 2012. <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637344>

MASEDA, A.; ITURRALDE, T.; COOPER, S. *et al.* Mapping women's involvement in family firms: A review based on bibliographic coupling analysis. **International Journal of Management Reviews**, v. 24, n. 2, p. 279–305, 2022a. <https://doi.org/10.1111/IJMR.12278>

MCALLISTER, J. T.; LENNERTZ, L.; ATENCIO MOJICA, Z. Mapping A Discipline: A Guide to Using VOSviewer for Bibliometric and Visual Analysis. **Science & Technology Libraries**, 41, n. 3, p. 319–348, 2021. <https://doi.org/10.1080/0194262X.2021.1991547>

MEHTAP, S.; PELLEGRINI, M. M.; CAPUTO, A *et al.* Entrepreneurial intentions of young women in the Arab world: Socio-cultural and educational barriers. **International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research**, v. 23, n. 6, p. 880–902, 2017. <https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2017-0214/FULL/XML>

MILOJEVIĆ, A.; VUJICIC, S.; NIKITOVIC, Z.; *et al.* Women's Entrepreneurship in Organic Production in Serbia. **Journal Women's Entrepreneurship and Education**, n. 3–4, p. 184–198, 2021. <https://doi.org/10.28934/jwee21.34.pp184-198>

MIRANDA, F. J.; CHAMORRO-MERA, A.; RUBIO, S.; PÉREZ-MAYO, J. Academic entrepreneurial intention: the role of gender. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 9, n. 1, p. 66–86, 2017. <https://doi.org/10.1108/IJGE-10-2016-0037/FULL/XML>

MUHAMMAD, S.; KONG, X.; SAQIB, S. E. *et al.* Entrepreneurial income and wellbeing: Women's informal entrepreneurship in a developing context. **Sustainability (Switzerland)**, v. 13, n. 18, p. 1-21, 2021. <https://doi.org/10.3390/su131810262>

NURINGSIH, K. MN, N.; PRASODJO, I.; AMELINDA, R. Sustainable Entrepreneurial Intention: The Perceived of Triple Bottom Line among Female Students. **Jurnal Manajemen**, v. 23, n. 2, p. 168–190, 2019. <https://doi.org/10.24912/JM.V23I2.472>

NWIBE, K. J.; BAKARE, J. Self-efficacy belief and entrepreneurial intention of Electrical/Electronics Technology Education students in south-eastern Nigerian universities: a moderated mediation analyses. **Journal of Global Entrepreneurship Research**, v. 12, p.131–141, 2022. <https://doi.org/10.1007/S40497-022-00318-0>

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS-ONU. United Nations Sustainable Development, 2020. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/blog/2020/10/womens-job-market-participation-stagnating-at-less-than-50-for-the-past-25-years-finds-un-report/>

PAGE, M. J.; MCKENZIE, J. E.; BOSSUYT, P. M. *et al.* The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. *International journal of surgery*, 88, 105906. <https://doi.org/10.1016/j.ijsu.2021.105906>

PEREZ-QUINTANA, A., HORMIGA, E., MARTORI, J. C. *et al.* The influence of sex and gender-role orientation in the decision to become an entrepreneur. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, v. 9, n. 1, p. 8–30, 2017. <https://doi.org/10.1108/IJGE-12-2015-0047>

PRANCKUTÉ, R. Web of Science (WoS) and Scopus: The titans of bibliographic information in today's academic world. **Publications**, v. 9, n. 1, p. 12, 2021. <https://doi.org/10.3390/publications9010012>

PUTRI, L.; RAHMAWATI, R.; PUTRI, D. L. Formation of an entrepreneur mindset in creating competitiveness of female entrepreneurs. **International Journal of Social Science**, v. 2, n. 1, p. 1179–1186, 2022. <https://doi.org/10.53625/IJSS.V2I1.2363>

RAHMAN, M. M.; SALAMZADEH, A.; TABASH, M. I. Antecedents of Entrepreneurial Intentions of Female Undergraduate Students in Bangladesh: A Covariance-Based Structural Equation Modeling Approach. **Journal of Women's Entrepreneurship and Education**, n. 1–2, p. 137–153, 2022. <https://doi.org/10.28934/JWEE22.12.PP137-153>

RAUTH BHARDWAJ, B. Impact of education and training on performance of women entrepreneurs: A study in emerging market context. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, v. 6, n. 1, p. 38–52, 2014. <https://doi.org/10.1108/JEEE-05-2013-0014>

RUEDA, G. E.; REYES, J. F.; VILLARRAGA, A. *et al.* Entrepreneurial intentions of university students in Colombia: Exploration based on the theory of planned behavior. **Journal of Education for Business**, v. 97, n. 3, p. 176–185, 2021. <https://doi.org/10.1080/08832323.2021.1918615>

SÁNCHEZ-TEBA, E. M.; BENÍTEZ-MÁRQUEZ, M. D.; PORRAS-ALCALÁ, P. Gender Diversity in Boards of Directors: A Bibliometric Mapping. **Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity**, v. 7, n. 1, p. 12, 2020. <https://doi.org/10.3390/JOITMC7010012>

SRIVASTAVA, S.; MISRA, R. Exploring antecedents of entrepreneurial intentions of young women in India: A multi-method analysis. **Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies**, v. 9, n. 2, p. 181–206, 2017. <https://doi.org/10.1108/JEEE-04-2016-0012/FULL/XML>

SWEIDA, G. L.; REICHARD, R. J. Gender stereotyping effects on entrepreneurial self-efficacy and high-growth entrepreneurial intention. **Journal of Small Business and Enterprise Development**, v. 20, n. 2, p. 296–313, 2013. <https://doi.org/10.1108/14626001311326743/FULL/XML>

TLEUBERDINOVA, A.; SALAUATOVA, D.; PRATT, S. Assessing tourism destination competitiveness: the case of Kazakhstan. **Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events**, p. 1-19, 2022. <https://doi.org/10.1080/19407963.2022.2027954>

VANONI, G.; OMAÑA, A.; PHD, G. Female entrepreneurship and evolution in SMSes in the fashion system in Colombia. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, v. 8, n. 2, p. 132–144, 2021. <https://doi.org/10.46677/compendium.v8i2.955>

VILLA, E.; RUIZ, L.; VALENCIA, A. Electronic commerce: factors involved in its adoption from a bibliometric analysis. **Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research**, v. 13, n. 1, p. 39–70, 2018. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762018000100104>

WESTHEAD, P.; SOLESVIK, M. Z. Entrepreneurship education and entrepreneurial intention: Do female students benefit? **International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship**, v. 34, n. 8, p. 979–1003, 2016. <https://doi.org/10.1177/0266242615612534>

YANG, J. ; PU, B.; GUAN, Z. Entrepreneurial leadership and turnover intention of employees: The role of affective commitment and person-job fit. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 16, n. 13, p. 1-17, 2019. <https://doi.org/10.3390/ijerph16132380>

ZBIEROWSKI, P.; GOJNY-ZBIEROWSKA, M. Talented enough to be a business leader? An alternative approach to entrepreneurs' traits. **Entrepreneurial Business and Economics Review**, v. 10, n. 1, p. 175–187, 2022. <https://doi.org/10.15678/EBER.2022.100112>

ZHAO, H.; HILLS, G. E.; SEIBERT, S. E. The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions. **Journal of Applied Psychology**, v. 90, n. 6, p. 1265–1272, 2005. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265>

ZHAO, L.; YANG, M. M.; WANG, Z. *et al.* Trends in the Dynamic Evolution of Corporate Social Responsibility and Leadership: A Literature Review and Bibliometric Analysis. **Journal of Business Ethics**, p. v. 182, p. 1–23, 2022. <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05035-y>