

EMPREENDEDORISMO FEMININO NO TURISMO: MAPEAMENTO DA PRODUÇÃO CIENTÍFICA

FEMALE ENTREPRENEURSHIP IN TOURISM:
MAPPING THE SCIENTIFIC PRODUCTION

Recebido em: 8 de maio de 2025

Aprovado em: 7 de agosto de 2025

Sistema de Avaliação: Double Blind Review

RCO | a. 17 | v. 2 | p. 176-202 | jul./dez. 2025

DOI: <https://doi.org/10.25112/rco.v2.4208>

Assis Zukunelli zukunelli@icloud.com

Mestre em Administração pela Universidade de Passo Fundo (Passo Fundo/Brasil).

Ana Claudia Machado Padilha anapadilha@upf.br

Doutora em Agronegócios pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Porto Alegre/Brasil).
Professora na Universidade de Passo Fundo (Passo Fundo/Brasil).

Erlaine Binotto erlainebinotto@ufgd.edu.br

Doutora em Agronegócios pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Porto Alegre/Brasil).
Professora na Universidade Federal da Grande Dourados (Dourados/Mato Grosso Do Sul).

RESUMO

Durante muito tempo, a pesquisa em empreendedorismo turístico concentrou-se majoritariamente em aspectos econômicos e estratégicos, relegando a temática de gênero a um segundo plano. Contudo, a crescente participação feminina no setor turístico, associada à sua relevância para o desenvolvimento econômico e social, evidencia a necessidade de explorar essa interseção de maneira mais aprofundada. Para explorar tal lacuna, o presente artigo busca analisar a evolução da produção científica sobre o empreendedorismo feminino no turismo, com foco na identificação de tendências temáticas, autores mais produtivos, periódicos de destaque, padrões de colaboração e lacunas existentes na literatura. Tomando como base a pesquisa em empreendedorismo feminino, turismo e gênero, foi realizada uma revisão bibliométrica nas bases *Scopus* e *Web of Science*, totalizando 172 artigos analisados por meio das leis de Lotka, Zipf e Bradford, com apoio do software *RStudio* (*Bibliometrix/Biblioshiny*) e *Excel®*. Os resultados indicaram que, embora tenha havido crescimento da produção acadêmica sobre o tema a partir de 2015, a atenção científica ainda é incipiente, concentrando-se em poucos autores e periódicos específicos, com baixa colaboração internacional envolvendo o Brasil. Como principal contribuição, este artigo apresenta à literatura um mapeamento detalhado da produção científica sobre o empreendedorismo feminino no turismo, destacando a necessidade de ampliação das investigações, especialmente em contextos latino-americanos, e reforçando a importância de políticas inclusivas para fortalecer a participação feminina no setor.

Palavras-chave: Empreendedorismo. Feminino. Mulher. Gênero. Turismo.

ABSTRACT

For a long time, research on tourism entrepreneurship has predominantly focused on economic and strategic aspects, relegating gender issues to a secondary role. However, the increasing participation of women in the tourism sector and its relevance to economic and social development highlight the need to explore this intersection further. To address this gap, the present article aims to analyze the evolution of scientific production on female entrepreneurship in tourism, emphasizing thematic trends, the most productive authors, leading journals, collaboration patterns, and gaps in the literature. Based on research in female entrepreneurship, tourism, and gender, a bibliometric review was conducted using the Scopus and Web of Science databases, analyzing a total of 172 articles through the application of Lotka's, Zipf's, and Bradford's laws, supported by RStudio software (Bibliometrix/Biblioshiny) and Microsoft Excel®. The results indicated that, although academic production on the topic has grown since 2015, it remains incipient, concentrated in a few authors and journals, with limited international collaboration involving Brazil. As the main contribution, this article provides the literature with a detailed mapping of scientific production on female entrepreneurship in tourism, highlighting the need to expand research efforts, particularly in Latin American contexts, and reinforcing the importance of inclusive policies to strengthen women's participation in the sector.

Keywords: Entrepreneurship. Female. Women. Gender. Tourism.

1 INTRODUÇÃO

O turismo tem participação proeminente nas divisas internacionais. Até 2030 espera-se que as economias emergentes, apesar do maior risco de instabilidade política, respondam por 57% das chegadas de turistas, com o turismo impulsionando o comércio exterior. Isso amplia o acesso a mercados internacionais, atrai investimentos estrangeiros, fomenta o empreendedorismo em um setor de baixas barreiras de entrada e promove o desenvolvimento econômico devido às suas fortes conexões com outras indústrias (WEF, 2015). No Brasil, o turismo é a terceira atividade mais importante para a economia, com destaque especial devido à capacidade de geração de emprego e renda (Ministério do Turismo, 2024).

Sob a perspectiva da força de trabalho do setor, em 2019, o setor de viagens e turismo atingiu um pico de 47,8 milhões de mulheres empregadas, um aumento de 23,8% em relação aos 38,6 milhões em 2010. Nesse contexto, as mulheres compunham uma parcela maior da força de trabalho no setor de Viagens e Turismo em comparação com a força de trabalho geral nas regiões da Ásia-Pacífico e Américas. Particularmente na África, a participação feminina no setor tem aumentado desde 2010, enquanto o emprego de mulheres em toda a economia do Oriente Médio também apresentou crescimento nesse período. Em 2019, aproximadamente 40% dos empregos no setor de Viagens e Turismo eram ocupados por mulheres, e, nos cargos de hospitalidade, essa participação foi de cerca de 50% em 2019 e 2021 (WTTC, 2023).

A inserção da mulher no empreendedorismo turístico representa um importante aspecto. Historicamente, confinadas a papéis domésticos e de cuidado, as mulheres contemporâneas estão descobrindo no turismo um caminho para o empoderamento econômico e social (Figueroa-Domecq *et al.*, 2020). Isso é particularmente evidente na América Latina, pois o turismo abre novas oportunidades para as mulheres, não apenas como agentes econômicos, mas também como protagonistas na promoção da igualdade de gênero e do desenvolvimento sustentável (Mellado, 2021).

Contudo, o percurso das mulheres no empreendedorismo turístico é marcado por desafios. A desigualdade de gênero no mercado de trabalho do turismo persiste, especialmente no que diz respeito às diferenças salariais e aos cargos ocupacionais (Kimbu *et al.*, 2018), disparidades frequentemente agravadas por normas culturais arraigadas e por uma estrutura de trabalho desigual que privilegia, em grande medida, os homens em posições de liderança, como demonstrado em estudos realizados no Brasil e na Espanha (Martínez-Gayo; Quintana, 2020; Silveira; Medaglia, 2020). Elas enfrentam barreiras tais como salários baixos, contratos de tempo parcial, escassas oportunidades de avanço profissional (Kimbu *et al.*, 2018), indicando a necessidade de abordagens inovadoras e colaborativas de superação, especialmente as relacionadas ao acesso aos recursos financeiros, redes de apoio, bem como a conciliação

entre responsabilidades familiares e profissionais (Dujisin; Briones, 2022; Martini *et al.*, 2020; Ngumbela, 2023).

Estudos evidenciam que homens ocupam cargos mais altos e recebem salários maiores, enquanto as mulheres enfrentam condições de trabalho precárias, salários inferiores e contratos de tempo parcial, refletindo práticas culturais que mantêm a hegemonia masculina (Dujisin; Briones, 2022; Martínez-Gayo; Quintana, 2020; Martini *et al.*, 2020; Ngumbela, 2023; Silveira; Medaglia, 2020).

A atuação das mulheres no turismo contribui para o desenvolvimento econômico e social das comunidades locais, colaborando para o crescimento do setor, melhoria da qualidade de vida, aumento da renda e o fortalecimento da identidade social feminina (Choudhary; Walia, 2024; Da Silva; Ferreira, 2023; Duarte; Pereira, 2018). Sublinha-se que a diversidade nas experiências de empreendedorismo feminino no turismo pode favorecer a inovação, sustentabilidade e inclusão, promovendo experiências autênticas, preservação cultural e igualdade de gênero (Goffi *et al.*, 2019).

A compreensão da participação das mulheres no turismo tende a compreender e aprimorar seu papel nessa indústria dinâmica, favorecendo tanto a preservação cultural quanto o desenvolvimento comunitário, o entendimento dessas dinâmicas permite formular políticas e práticas inclusivas que valorizem suas contribuições, promovendo um turismo mais sustentável e equitativo (Costa *et al.*, 2024). Pesquisas sobre empreendedorismo no turismo têm enfatizado a necessidade de aprofundar os estudos com foco em gênero, destacando a relevância crescente das mulheres nesse contexto, perspectiva que configura um campo promissor para novas descobertas e avanços na área (Santos *et al.*, 2021).

Neste contexto, delimita-se o problema de pesquisa: Como a produção científica sobre empreendedorismo feminino no turismo tem evoluído ao longo do tempo e quais são os principais focos, autores, países e periódicos envolvidos nessa discussão?

O objetivo é analisar a evolução da produção científica sobre o empreendedorismo feminino no setor do turismo, com ênfase na identificação de tendências temáticas, autores mais produtivos, periódicos de destaque, padrões de colaboração entre pesquisadores de diferentes países e lacunas na literatura.

Conforme evidenciado por Santos, Alves e Dewes (2021), as pesquisas sobre empreendedorismo no setor turístico concentram-se sobretudo em temas como impacto socioeconômico local e estratégias de negócio, relegando as questões de gênero a um plano secundário. Essa lacuna reforça a necessidade de estudos que valorizem o papel das mulheres na promoção do turismo, considerando seu potencial para geração de renda, inclusão social e desenvolvimento comunitário. Avançar nessa agenda contribui para ampliar a compreensão sobre as formas de empoderamento feminino no turismo, historicamente pouco representadas na produção científica.

Para Sultan *et al.* (2023), a pesquisa sobre empreendedorismo feminino no turismo abrange alguns fatores: (a) em primeiro lugar, o empreendedorismo feminino é cada vez mais reconhecido como um componente para o crescimento econômico global, particularmente nos países em desenvolvimento; (b) há falta de pesquisas com foco específico no empreendedorismo feminino na indústria do turismo, destacando a necessidade de estudos que possam fornecer informações e dados para apoiar mulheres empreendedoras neste setor; (c) as pesquisas voltadas à temática tendem a fornecer subsídios aos formuladores de políticas e líderes empresariais, levando a sistemas e iniciativas de apoio mais eficazes; (d) a indústria do turismo oferece oportunidades de empreendedorismo devido à sua natureza dinâmica e potencial de inovação, tornando-a uma área promissora para mulheres empreendedoras; e, (e) a pesquisa sobre empreendedorismo feminino no turismo pode contribuir para uma mudança social mais ampla, capacitando as mulheres, promovendo a igualdade de gênero e desafiando os papéis tradicionais de gênero, promovendo, em última instância, uma sociedade mais inclusiva.

2 EMPREENDEDORISMO FEMININO NO TURISMO

As pesquisas sobre empreendedorismo feminino no turismo têm recebido atenção crescente na academia, destacando-se por suas múltiplas facetas e desafios específicos (Censon *et al.*, 2022). O setor revela-se como um importante espaço de empoderamento econômico e social para as mulheres (UNWTO, 2022), historicamente confinadas a papéis estereotipados. No turismo, sobretudo na América Latina, elas encontram novas oportunidades para superar essas barreiras (Chedid; Hemaïs, 2022).

A atividade empreendedora feminina é impulsionada por fatores que vão além do aspecto econômico, abrangendo motivações sociais e psicossociais, como prestígio, independência, satisfação pessoal, contribuição à renda familiar e realização financeira (Avci; Gümüş, 2022). Nesse contexto, as mulheres se destacam pela percepção de oportunidades de negócio, desenvolvimento de produtos inovadores e pela habilidade em conciliar múltiplos papéis (Minasi *et al.*, 2022). Apesar disso, enfrentam conflitos entre responsabilidades familiares e profissionais, além de barreiras de gênero que exigem resiliência e criatividade, compreender esse processo pode contribuir para a transformação dos papéis sociais nas comunidades e para o fortalecimento do desenvolvimento sustentável e da igualdade de gênero (Mellado, 2021). Estudos apontam ainda que a atuação de mulheres empreendedoras pode favorecer o PIB local ao valorizar saberes tradicionais e convertê-los em soluções econômicas (Ngomane, 2023).

A realidade, no entanto, varia entre regiões. Na África, por exemplo, mulheres gerenciam pequenos negócios turísticos — como restaurantes e alojamentos — motivadas pela busca de autonomia econômica

e pelo desejo de colaborar com o desenvolvimento comunitário, apesar disso elas enfrentam barreiras relacionadas ao acesso limitado a crédito e redes de apoio, recorrendo a estratégias colaborativas e inovadoras para superá-las (Ngumbela, 2023). No Paquistão, essas dificuldades se intensificam devido à segregação dos papéis de gênero, tornando o empreendedorismo particularmente desafiador (Sultan *et al.*, 2023). Em algumas localidades, fatores como baixos níveis de escolaridade e carência de habilidades em marketing ampliam a vulnerabilidade dessas empreendedoras (Ngomane, 2023).

Apesar dos obstáculos, mulheres empreendedoras têm demonstrado potencial para promover práticas responsáveis no turismo, ao transformar diferentes formas de capital — econômico, cultural, social e simbólico — em iniciativas alinhadas aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU (Karatas-Ozkan *et al.*, 2024). Em países como a Turquia, seu protagonismo tem sido reconhecido pela capacidade de atuar como agentes de mudança, fomentando transformações sociais, empoderamento e igualdade de gênero (Pektaş; Kurgun, 2023).

No campo do turismo sustentável, observa-se a adoção de estratégias voltadas à valorização da autenticidade, à formação de redes locais de stakeholders e ao uso responsável dos recursos naturais e culturais, o que gera experiências únicas e fortalece tanto a economia quanto o patrimônio ambiental e cultural (Martini *et al.*, 2020). Ainda assim, os desafios persistem: acesso limitado a financiamento, barreiras culturais e sociais e necessidade de constante comprovação de competências em um ambiente dominado por homens (Bomfim; Teixeira, 2023).

Em situações de crise, como durante a pandemia de COVID-19, as empreendedoras mostraram resiliência, criatividade e a importância das redes de apoio familiar e comunitário, contribuindo para a recuperação socioeconômica em contextos de maior vulnerabilidade (Filimonau *et al.*, 2022). Para potencializar esses avanços, estudos indicam a necessidade de programas de orientação e capacitação que ampliem habilidades de gestão, financiamento e *networking* (Nzama; Ezeuduji, 2024). Tais iniciativas devem ser acompanhadas de políticas públicas inclusivas, maior acesso à educação e mecanismos de apoio financeiro, a fim de fortalecer a cultura empreendedora e criar um ambiente favorável à atuação das mulheres no setor turístico (Akter *et al.*, 2023).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A bibliometria (Guedes, 2012) permite gerar indicadores e realizar análises macro e micro da produção científica, comparando contextos nacionais e globais, além de avaliar a contribuição de

pesquisadores em suas comunidades. Além disso, a bibliometria possibilita avaliar a produção científica de um país, instituição ou pesquisador.

O caráter quantitativo da bibliometria (Guedes, 2012; Teixeira *et al.*, 2013) permite o uso de métodos estatísticos e matemáticos para descrever e quantificar a comunicação escrita sobre um determinado assunto. Esta pesquisa baseia-se nas seguintes leis fundamentais:

a) Lei de Lotka, também conhecida como Lei do Quadrado Inverso, que avalia produtividade dos autores utilizando um modelo de distribuição de tamanho-frequência entre diferentes autores em um grupo de documentos. Inicialmente identificou-se a equação de Lotka (Urbizagástegui Alvarado, 2002):

$$Y = \frac{C}{n^2}$$

Onde:

- Y é o número de autores que publicam n trabalhos;
- C é uma constante que depende do conjunto de dados estudado;
- n é o número de trabalhos publicados por um autor.

A Lei de Lotka prevê que o número de autores que publicam n trabalhos segue uma distribuição inversamente proporcional ao quadrado de n . Portanto, quando traçados os pontos no gráfico e conectar os pontos com uma linha, obteve-se uma curva decrescente, refletindo que a maioria dos autores publica poucos artigos, e poucos autores publicam muitos artigos.

b) a Lei de Zipf, ou Lei do Mínimo Esforço, que analisa a frequência com que palavras aparecem em diversos textos, organizando uma sequência de termos de um tema específico; e,

c) a Lei de Bradford, ou Lei de Dispersão, que facilita a avaliação da produtividade de periódicos científicos, identificando o núcleo central e as zonas de dispersão em relação a um tema específico, estabelecendo que poucos periódicos concentram a maior parte das publicações em uma área de conhecimento, enquanto a maioria dos periódicos publica poucos artigos sobre o tema. A aplicação da Lei de Bradford foi realizada por meio do cálculo da razão dos periódicos e da identificação de zonas de produtividade.

Primeiramente, foi necessário calcular o valor de 'n' (razão de Bradford), que expressa o fator de crescimento entre as zonas de periódicos. A fórmula utilizada é:

$$n = \sqrt[k]{\frac{P_{\text{total}}}{P_1}}$$

Onde:

- n = razão de Bradford (fator de multiplicação de periódicos entre zonas);
- P_{total} = total de periódicos utilizados na amostra;
- P_1 = número de periódicos que formam a primeira zona (aquele que contém o maior número de artigos);
- k = número de zonas consideradas (geralmente três zonas, conforme o modelo clássico de Bradford).

Após o cálculo do valor de n , a distribuição dos periódicos é feita em três zonas:

- Zona 1: concentra o núcleo de periódicos mais produtivos (com maior número de artigos publicados sobre o tema);
- Zona 2: contém um número maior de periódicos que, juntos, somam aproximadamente o mesmo número de artigos da Zona 1;
- Zona 3: reúne ainda mais periódicos para atingir a mesma quantidade de artigos das zonas anteriores.

Para esta revisão bibliométrica, adotou-se o processo de mapeamento científico, que envolve cinco fases principais (Aria; Cuccurullo, 2017): a) planejamento do estudo; b) coleta de dados; c) processamento e análise dos dados; d) visualização dos resultados; e) interpretação e conclusões.

A busca nas bases *Scopus* e *Web of Science (WoS)* foi realizada em 19/08/2024, sem limite de tempo, com as palavras-chave "entrepreneurship" AND "tourism" AND ("female" OR "women") no campo 'topic' – title, abstract, *author Keywords* AND *Keywords plus* (WoS), e "Article Title, Abstract, *Keywords*" da base *Scopus*. A busca resultou em 77 (*Scopus*) e 145 (*WOS*) artigos. Esses resultados foram exportados em formato Bibtex (extensão ".bib") e tratados no software RStudio para unificação das informações e eliminação das duplicidades. Nessa etapa, foram incluídas as publicações a partir dos seguintes critérios: (a) na *WoS* apenas 'artigos' e 'artigos de revisão', das categorias "Hospitality Leisure Sport Tourism", "Management" e "Business"; e, (b) critérios de exclusão: livros, *Proceeding Papers* e outras obras. Na base *Scopus*, os critérios de inclusão foram apenas 'artigos' e 'revisões', das categorias "Business, Management and Accounting", e os critérios de exclusão, os mesmos do *Scopus*. Após a aplicação dos critérios, 172 artigos foram exportados para as análises posteriores.

A seleção das bases *Scopus* e *Web of Science (WoS)* deve-se à sua ampla representatividade e reconhecimento na comunidade científica, sendo consideradas entre as principais plataformas internacionais de indexação em Administração, Negócios e Turismo. Ambas apresentam critérios rigorosos de inclusão de periódicos, assegurando qualidade e confiabilidade dos artigos analisados, além de oferecerem recursos para análises bibliométricas e compatibilidade com softwares especializados. Embora existam outras bases, a escolha concentrou-se nessas duas em função da sua complementaridade, cobertura internacional e elevada aceitação em pesquisas acadêmicas.

Para o tratamento dos dados, utilizou-se o software *Biblioshiny* do *RStudio*, por meio do pacote *Bibliometrix*, para gerar gráficos e indicadores estatísticos. Também foi utilizado o *Microsoft Excel®* para refinar os dados e medir as produções científicas sobre o tema, atendendo às principais leis da bibliometria e validando os resultados (Silva *et al.*, 2022). Os dados são apresentados a seguir por meio de tabelas e gráficos. Os artigos foram analisados a partir de suas métricas nas bases de dados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1 PRODUÇÃO CIENTÍFICA AO LONGO DO TEMPO

A análise histórica identifica que os 172 artigos foram produzidos por 391 autores, publicadas em 99 periódicos. A média das produções é de 3,56 anos, indicando que nos últimos anos a produção na área teve incremento. A média de citações por documento é de 11,46. A coautoria internacional é de 21,51%.

A primeira publicação data de 1999 e a publicação posterior ocorreu apenas em 2006, revelando que a produção científica é crescente, em especial a partir do ano 2015 (8 artigos), e 2023(40 artigos), a maior quantidade do período analisado, 23,25% do total. Houve aumento do enfoque nas pesquisas voltadas às questões do empreendedorismo feminino no turismo mesmo assim, são poucas as produções que exploram a participação empreendedora das mulheres no turismo (Figura 1).

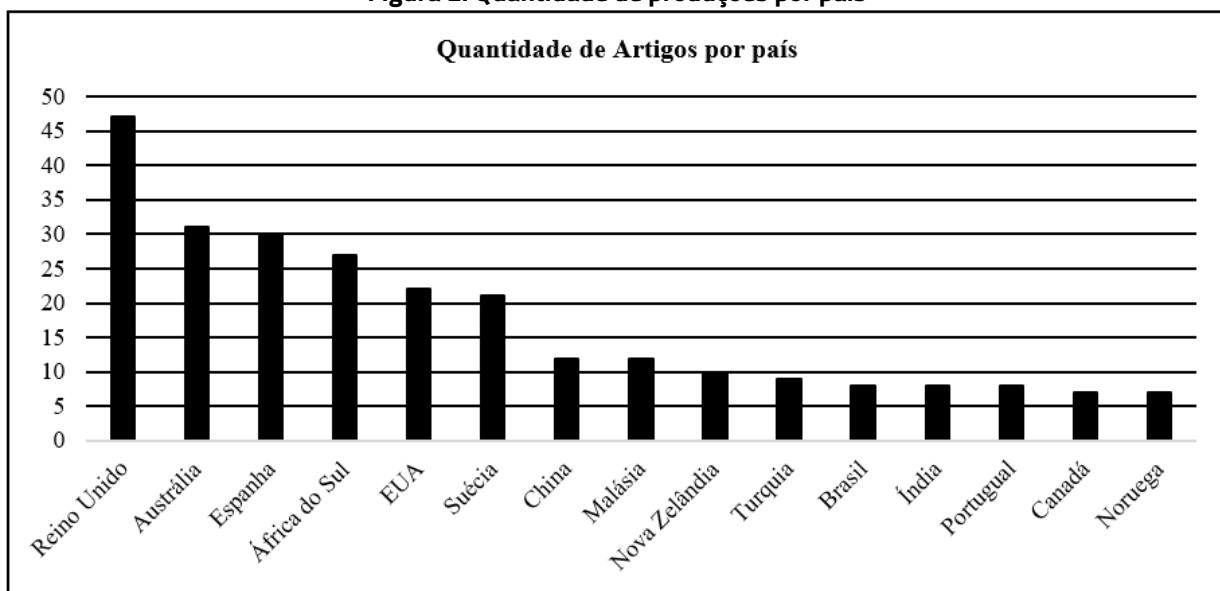
Figura 1: Evolução da Produção Científica



Fonte: elaborada pelos autores (2024)

Com relação aos países das produções analisadas, o Reino Unido, Austrália, Espanha, África do Sul e os Estados Unidos são os que mais pesquisam sobre a temática. O Brasil está na 11ª posição, com oito produções (Figura 2).

Figura 2: Quantidade de produções por país



Fonte: elaborada pelos autores (2024)

Observa-se que o Brasil apresenta um envolvimento ainda modesto na discussão acadêmica do tema, ao passo que a produção científica se concentra em determinados países. Tal cenário evidencia oportunidades para o fortalecimento de pesquisas em contextos ainda pouco explorados.

4.2 PALAVRAS-CHAVE E COOCORRÊNCIA

As palavras-chave mais empregadas nas produções científicas, são: *gender* (21), *entrepreneurship* (15), *tourism* (14), *women* (13), *performance* (11), *management* (10), *business* (7), *networks* (7), *women entrepreneurs* (7) e *work* (7).

Figura 3: Nuvem de palavras



Fonte: elaborada pelos autores (2024)

É possível também identificar o percentual de utilização das palavras-chave nas publicações analisadas (Figura 4).

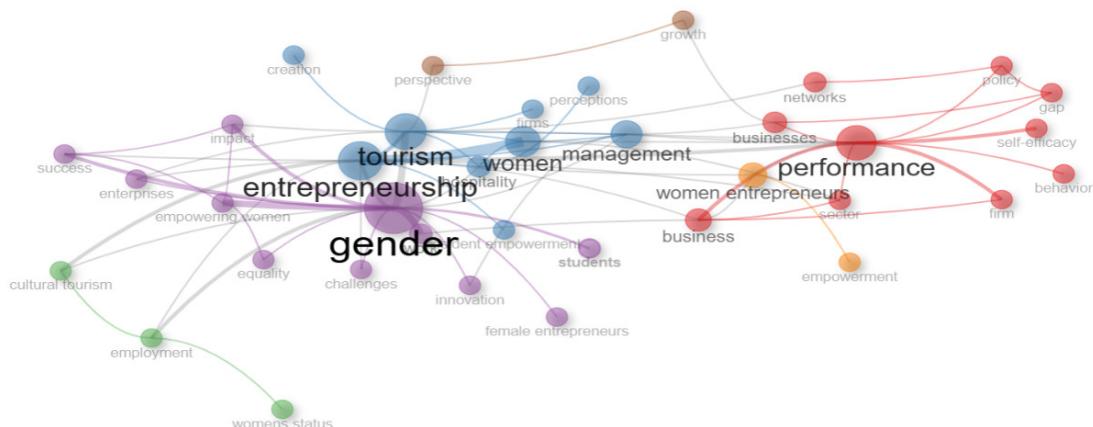
Figura 4: Frequência de utilização das palavras-chave



Fonte: elaborada pelos autores (2024)

A partir da análise da coocorrência de palavras é possível identificar os padrões e tendências das pesquisas, bem como verificar a tendência a partir do principal *cluster*, que aponta para turismo, empreendedorismo e gênero, e suas significâncias (hospitalidade, inovação, desafios, mulheres empreendedoras, igualdade, empoderamento feminino, empresas e sucesso) (Figura 5).

Figura 5: Coocorrênci a das palavras-chave



Fonte: elaborada pelos autores (2024)

O mapa de coocorrência de palavras-chave, no qual a proximidade e a espessura das conexões entre os termos indicam sua relação na literatura analisada aponta que os termos “*gender*”, “*entrepreneurship*” e “*tourism*” ocupam posições centrais e apresentam maior destaque. Esse resultado sugere que a interseção entre essas temáticas é amplamente discutida nos estudos revisados. Além disso, há agrupamentos distintos de palavras, sinalizando subtemas específicos.

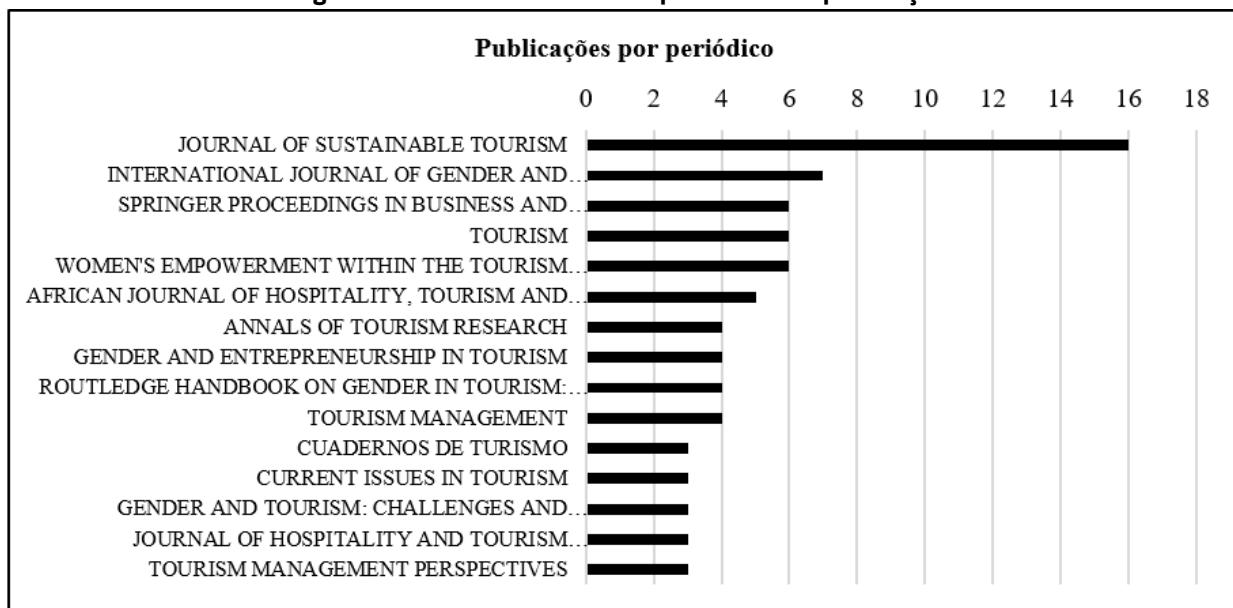
Um dos *clusters* (em azul) relaciona-se com aspectos de gestão e hospitalidade, contendo termos como “*management*”, “*women*” e “*perceptions*”. Outro grupo (em vermelho) enfatiza desempenho e redes de negócios, incluindo palavras como “*performance*”, “*networks*”, “*self-efficacy*”, e “*business*”, destacando uma preocupação com o impacto do empreendedorismo feminino no setor turístico. Há ainda um conjunto (em roxo) voltado para empoderamento e inovação, com termos como “*female entrepreneurs*”, “*innovation*”, e “*challenges*”, destacando questões de equidade e superação de barreiras.

Além disso, há termos periféricos ligados a turismo cultural e status das mulheres (em verde), bem como a crescimento e perspectivas do empreendedorismo (em marrom). Essa estrutura indica que a pesquisa sobre empreendedorismo feminino no turismo abrange tanto fatores individuais (como empoderamento e autoeficácia) quanto estruturais (como redes de negócios e inovação), indicando oportunidades para aprofundamento em áreas específicas da temática.

4.3 PERIÓDICOS COM MAIOR QUANTIDADE DE PUBLICAÇÕES

O periódico com o maior número de publicações foi o *Journal of Sustainable Tourism*, com 16 (9,30%) das publicações (Figura 6) e de acordo com *Journal Citations Reports (JCR)* o fator de impacto é 6,9. Na sequência, o *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, com sete (4,06%), fator de impacto 3,1. *Springer Proceedings in Business and Economics* e *Tourism and Women's Empowerment Within the Tourism Industry (ambos sem fator de impacto)*, estes com seis publicações cada (3,48% do total). Os demais, respectivamente, apresentam fator de impacto de dois e o último não possui fator de impacto calculado.

Figura 6: Periódicos com maior quantidade de publicações



Fonte: elaborada pelos autores (2024)

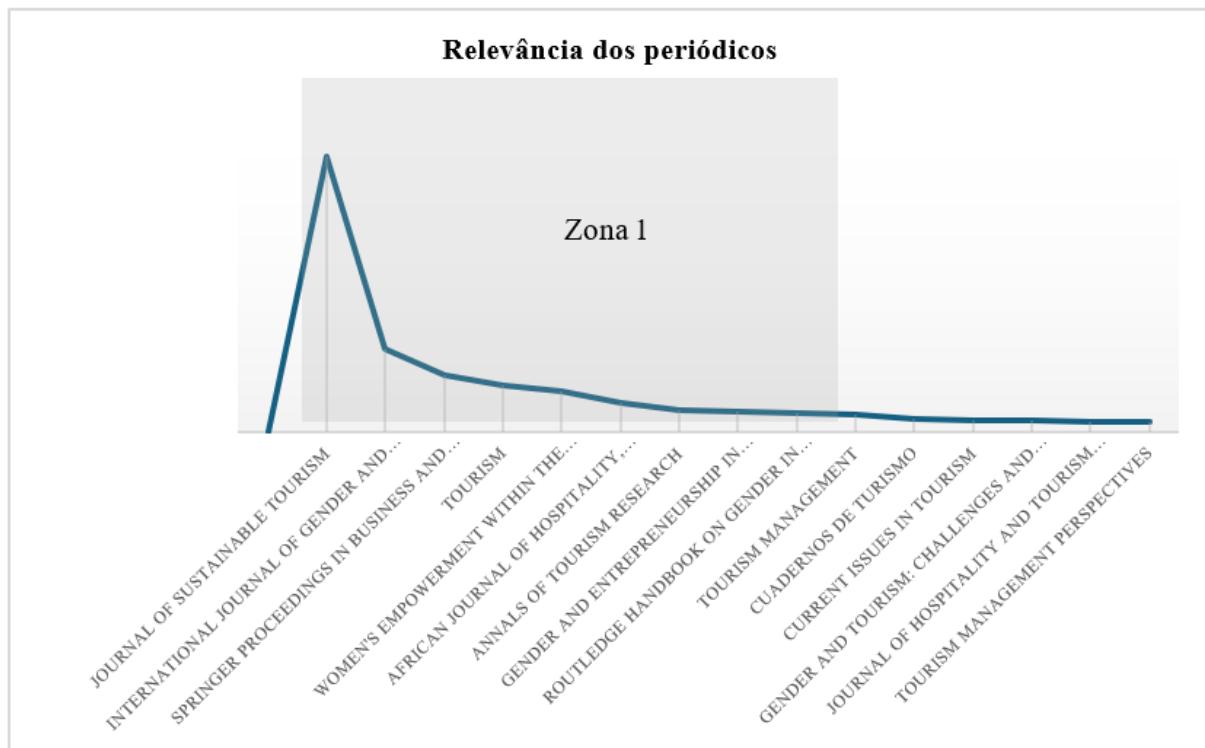
O *Journal of Sustainable Tourism* é um dos principais periódicos em turismo na quantidade de publicações, focado na intersecção entre turismo e desenvolvimento sustentável. Publica pesquisas teóricas, conceituais e empíricas abrangendo aspectos econômicos, sociais, culturais, políticos, organizacionais e ambientais do turismo sustentável. Além disso, incentiva abordagens críticas, interdisciplinares e holísticas, aceitando contribuições de todas as disciplinas e regiões geográficas, incluindo todos os tipos de turismo. Na primeira chamada de artigos do ano de 2024, o periódico buscou abordar como características demográficas podem limitar o acesso ao turismo e como práticas de Diversidade, Equidade e Inclusão se apresentam no setor sustentável do turismo, com vistas a consolidar e promover pesquisas interdisciplinares no turismo, influenciando políticas e promovendo mudanças organizacionais, com tópicos que incluem pesquisas em políticas, gestão, marketing, governança, e o papel da tecnologia e inovação.

Do mesmo modo o *International Journal of Gender and Entrepreneurship* é dedicado a pesquisas inovadoras sobre gênero e empreendedorismo, promovendo debates interdisciplinares e globais. Foca em estudos que avancem teorias sobre gênero e empreendedorismo, abrangendo temas como educação, inovação, finanças, liderança, e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, especialmente igualdade de gênero e crescimento econômico. Em sua última chamada no ano de 2024, o periódico objetivou por ampliar a compreensão das experiências empreendedoras em contextos culturais diversos,

incluindo o sul global e comunidades indígenas, desafiando as abordagens ocidentais hegemônicas, visando explorar novas teorias e perspectivas críticas, feministas e pós-coloniais, oferecendo contribuições culturalmente sensíveis e éticos sobre o empreendedorismo e suas interseções com gênero, raça e classe.

Apresenta-se também, no escopo desta pesquisa, a relevância da produtividade. Para esse fim foi utilizada a Lei de Bradford (Ferreira, 2010).

Figura 7: Razão de Bradford

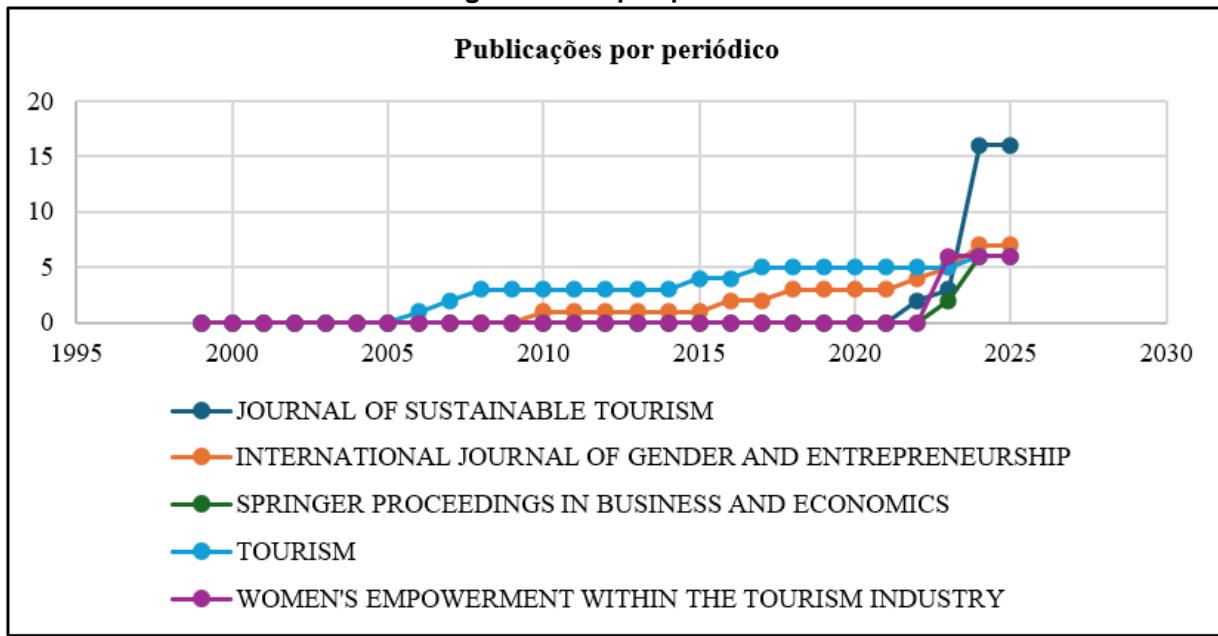


Fonte: elaborada pelos autores (2024)

A Zona 1 apresenta os periódicos com maior publicação sobre o tema (Figura 7), o *Journal of Sustainable Tourism*, *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, *Springer Proceedings in Business and Economics* e *Tourism*.

As publicações se apresentam em número crescente nestes periódicos (Figura 8).

Figura 8: Principais periódicos

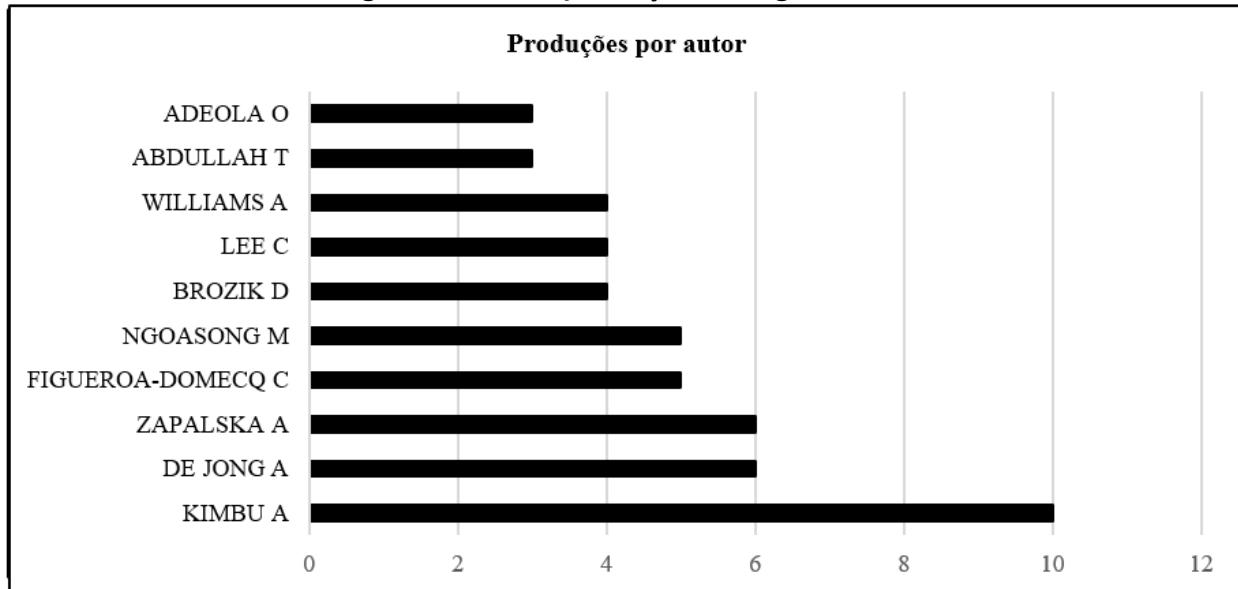


Fonte: elaborada pelos autores (2024)

4.4 AUTORES COM MAIS PUBLICAÇÕES

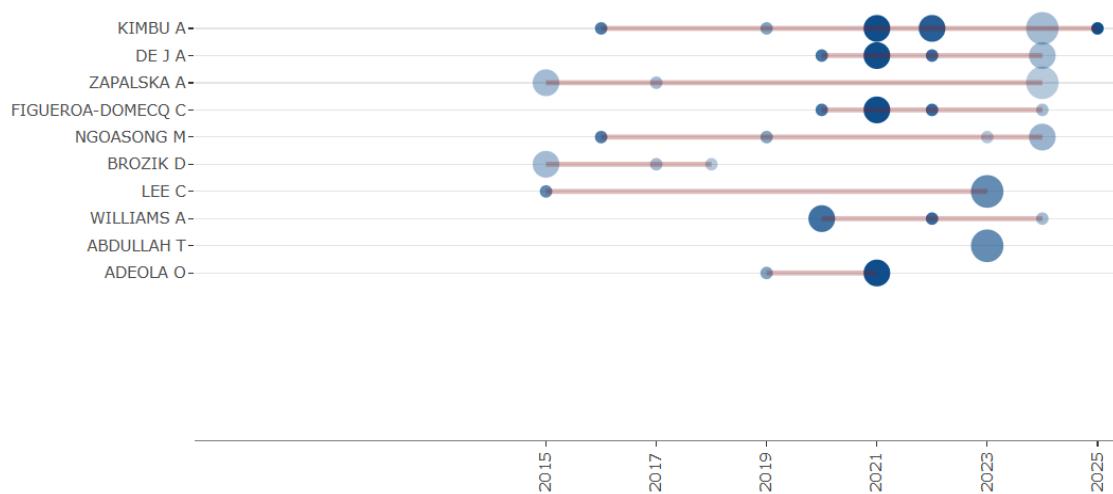
A partir da avaliação dos periódicos, destacaram-se dez autores com o maior número de publicações sobre “empreendedorismo feminino no turismo” com destaque para Kimbu, com dez publicações, De Jong e Zapalska com seis publicações e Figueroa-Domecq e Ngoasong com cinco publicações. Evidencia-se majoritariamente que os estudos se concentram em poucos autores. Observa-se que, a exemplo, dentre os dez autores mais ativos no tema, o número de publicações varia de três a 10 (Figura 9).

Figura 9: Autores e publicações ao longo dos anos

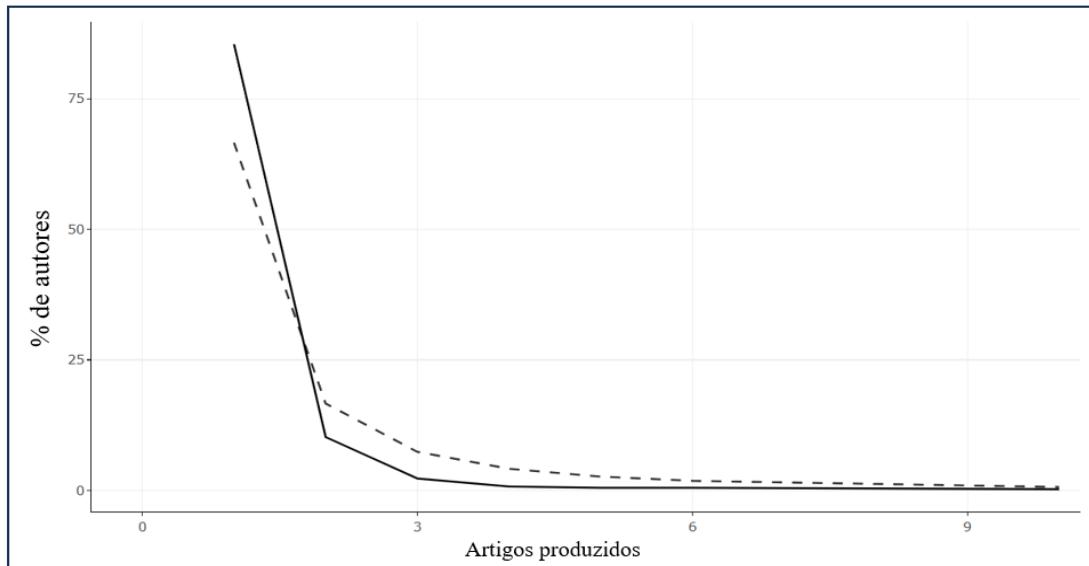


Fonte: elaborada pelos autores (2024)

A análise da produção dos autores ao longo do tempo revela uma intensificação das publicações a partir de 2020, com maior concentração entre 2021 e 2023. Observa-se que Kimbu apresenta o maior intervalo temporal de atuação, iniciando em 2015 e estendendo-se até 2025, demonstrando constância e relevância na área. Além disso, autores como Zapalska e Figueroa-Domecq destacam-se pelo volume consistente de publicações ao longo do período analisado. A variação no tamanho dos círculos indica diferenças no impacto ou na produtividade entre os pesquisadores. De modo geral, os dados apontam para uma renovação do campo de estudo, evidenciada pela inserção de novos autores, como Adeola e Abdullah, e pelo crescente interesse temático nos anos mais recentes, sugerindo que o tema vem se consolidando como uma agenda emergente de pesquisa (Figura 10).

Figura 10: Publicações por autor no decorrer do período**Fonte: Elaborada pelos autores (2024)**

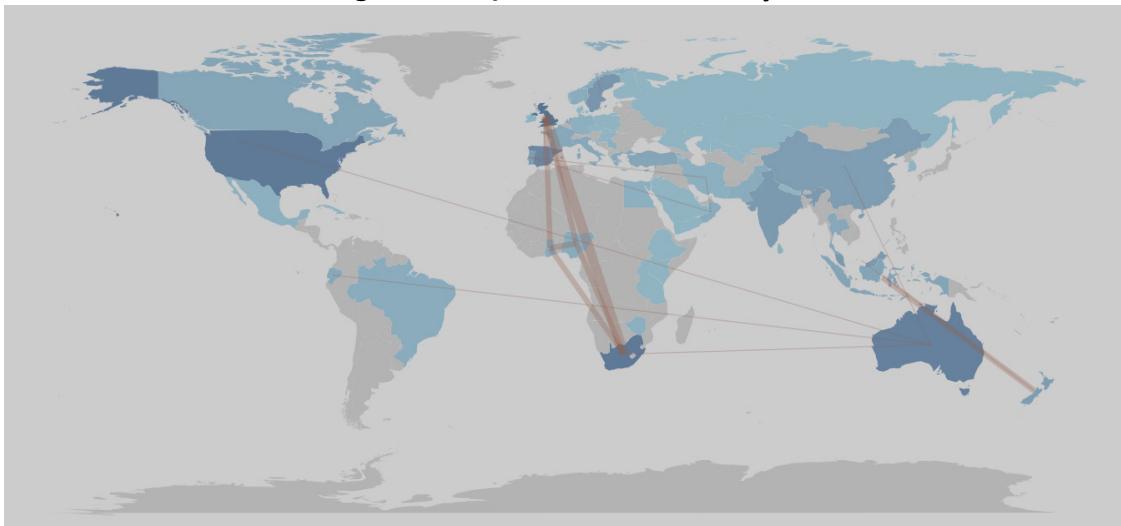
Também se analisou a produtividade dos principais autores, buscando identificar a proporção de autores produtivos com os demais. Para esse fim utilizou-se a lei de Lotka (Figura 11).

Figura 11: Frequência de publicações dos autores segundo a lei de Lotka**Fonte: elaborada pelos autores (2024)**

A distribuição da produtividade dos autores se alinha à Lei de Lotka, reforçando a ideia de que a produção científica é concentrada em um número reduzido de pesquisadores altamente produtivos, enquanto a maioria contribui com apenas um ou dois artigos (Figura 11). Isso sustenta a validade da Lei de Lotka no contexto da análise bibliométrica apresentada.

Torna-se importante também evidenciar a rede de colaboração entre os autores, que corrobora as informações anteriormente apresentadas. Embora o Brasil figure entre os países com produções na área, não há colaboração internacional sobre o tema (Figura 12).

Figura 12: Mapa mundial de colaboração



Fonte: elaborada pelos autores (2024)

A rede de colaboração internacional sobre empreendedorismo feminino no turismo apresenta uma concentração significativa em países anglófonos, como Reino Unido, Estados Unidos, Austrália e Nova Zelândia, além de conexões relevantes com a África do Sul. A análise da figura revela que essas nações atuam como polos centrais na produção científica sobre o tema, estabelecendo vínculos de coautoria que reforçam a disseminação do conhecimento. Observa-se ainda um envolvimento menor, porém presente, de países da América Latina e da Ásia, sugerindo uma crescente ampliação da pesquisa. A predominância de colaborações no hemisfério sul pode indicar a relevância do debate em contextos emergentes, onde o turismo pode desempenhar um papel estratégico no empoderamento feminino e no desenvolvimento econômico. Esse panorama evidencia a necessidade de fortalecer as redes de pesquisa em outras regiões, ampliando a inclusão de diferentes perspectivas sobre a temática.

4.5 PUBLICAÇÕES MAIS CITADAS

Na análise dos 172 artigos coletados, objetivou-se destacar os 10 artigos que receberam o maior número de citações (Tabela 1).

Tabela 1: Artigos mais citados

Autor(es)/Ano	Título do Artigo	Periódico	Total de Citações
McGehee <i>et al.</i> , 2007	<i>Gender and motivation for agri-tourism entrepreneurship</i>	<i>Tourism Management</i>	168
Kimbu; Ngoasong, 2016	<i>Women as vectors of social entrepreneurship</i>	<i>Annals of Tourism Research</i>	99
Hallak <i>et al.</i> , 2015	<i>Tourism Entrepreneurship Performance: The Effects of Place Identity, Self-Efficacy, and Gender</i>	<i>Journal of Travel Research</i>	90
Dahles; Bras, 1999	<i>Entrepreneurs in RomanceTourism in Indonesia</i>	<i>Annals of Tourism Research</i>	88
Morgan; Pritchard, 2019	<i>Gender Matters in Hospitality (invited paper for 'luminaries' special issue of International Journal of Hospitality Management)</i>	<i>International Journal of Hospitality Management</i>	72
Movono; Dahles, 2017	<i>Female empowerment and tourism: a focus on businesses in a Fijian village</i>	<i>Asia Pacific Journal of Tourism Research</i>	67
Jaafar <i>et al.</i> , 2015	<i>Tourism growth and entrepreneurship: Empirical analysis of development of rural highlands</i>	<i>Tourism Management Perspectives</i>	65
Panta; Thapa, 2018	<i>Entrepreneurship and women's empowerment in gateway communities of Bardia National Park, Nepal</i>	<i>Journal of Ecotourism</i>	62
Figueroa-Domecq <i>et al.</i> , 2020	<i>Gender, tourism & entrepreneurship: A critical review</i>	<i>Annals of Tourism Research</i>	59
Abou Shouk <i>et al.</i> , 2021	<i>Women's empowerment and tourism development: A cross-country study</i>	<i>Tourism Management Perspectives</i>	50

Fonte: elaborada pelos autores (2024)

Considerando o número de citações, torna-se importante destacar alguns aspectos desses estudos. McGehee (2007) objetivou estudar a natureza de gênero das motivações para o empreendedorismo em agroturismo entre famílias de agricultores da Virgínia, testando elementos da modificação no paradigma agrícola alternativo da localidade e da atividade desenvolvida como um possível referencial teórico para as motivações do agroturismo. Destacou que os objetivos de agricultura alternativa de homens e mulheres eram semelhantes: ambos buscavam independência, oportunidade de contribuir para a comunidade e diversidade de produtos. No entanto, os contextos associados a esses objetivos eram muito diferentes:

ao discutir independência, as mulheres estavam mais focadas em atividades que reduzissem custos, enquanto os homens preferiam atividades que gerassem renda. Os resultados do estudo indicaram que as mulheres tinham uma motivação mais alta para o empreendedorismo em agroturismo em todas as categorias.

Kimbu e Ngoasong (2016) analisaram como mulheres proprietárias de pequenas empresas de turismo atuam como empreendedoras sociais. Através de uma análise qualitativa, o estudo revelou como essas mulheres combinam objetivos sociais transformacionais e comerciais em suas estratégias de negócios, atendendo comunidades específicas no setor de turismo. Examinaram a operacionalização desses objetivos e as necessidades da comunidade, discutindo os impactos no desenvolvimento das empresas dirigidas por mulheres e as oportunidades para o empreendedorismo social feminino no turismo.

Hallak *et al.* (2015), baseados em teorias de psicologia ambiental, psicologia social e empreendedorismo, examinaram um modelo não recursivo (de equações simultâneas) da identidade do lugar, autoeficácia empreendedora e desempenho entre empreendedores do turismo masculinos e femininos. Os resultados mostraram que a identidade do lugar (sentido de pertencimento à sua cidade de residência) estava positivamente relacionada à autoeficácia empreendedora (crenças nas próprias capacidades como empreendedores). Além disso, identificaram que a autoeficácia impulsiona o desempenho, e não o contrário, para ambos os gêneros. A relação entre autoeficácia empreendedora e desempenho foi maior para o grupo masculino.

Dahles e Bras (1999) analisaram como a oportunidade de estabelecer relacionamentos sexuais com turistas ocidentais representa um desafio para os jovens autônomos em destinos turísticos na Indonésia, essa posição no ciclo de vida afeta as oportunidades e restrições que esses jovens enfrentam no setor informal do turismo e, consequentemente, suas expectativas em relação a relacionamentos com turistas femininas.

Morgan e Pritchard (2019) examinaram o papel do gênero na pesquisa e educação em hospitalidade, e discute a importância desse setor para o emprego e as oportunidades de empreendedorismo para mulheres. O estudo sugeriu que, apesar do surgimento de perspectivas de gênero e do aumento do feminismo popular em resposta a casos de assédio sexual e disparidade salarial, o gênero ainda não é amplamente abordado no campo, destacou as oportunidades perdidas por negligenciar o talento feminino e aponta para a necessidade de que líderes de ambos os gêneros promovam um futuro mais justo na prática e estudo da hospitalidade, liderando debates sobre experiências humanas de gênero, como a IA, robótica e exploração sexual.

Movono e Dahles (2017) abordaram a participação feminina nos negócios, identificando aumento nas comunidades do Pacífico Sul, mas poucos estudos abordam esse tema no contexto do turismo. O estudo explorou a relação entre empoderamento feminino, turismo e negócios nessa comunidade indígena fijiana. O artigo discute como mulheres fijianas indígenas, através do turismo, se tornaram operadoras de negócios bem-sucedidas e motoras de mudanças sociopolíticas, desafiando relações de gênero estabelecidas. Os resultados da pesquisa mostram que o empreendedorismo turístico trouxe empoderamento econômico, psicológico, social e político para essas mulheres, um resultado raro em comunidades patriarcas e tradicionais.

Jaafar *et al.* (2015) investigaram pequenos negócios relacionados ao turismo no Parque Nacional de Kinabalu, Sabah, para identificar suas características e restrições. Dados quantitativos de 145 empreendedores mostraram que a maioria eram mulheres, de meia-idade ou mais velhas, e com pouca escolaridade. Esses empreendedores usaram economias próprias para estabelecer e manter seus negócios, operando durante o ano, apesar das quedas sazonais no número de turistas e da falta de conhecimento específico sobre turismo. Receberam quase nenhum apoio financeiro ou treinamento do governo, e há poucos incentivos para a participação local em atividades turísticas.

A pesquisa de Panta e Thapa (2018) investigou os benefícios e desafios enfrentados por mulheres empreendedoras e o papel potencial do empoderamento nas comunidades do Parque Nacional de Bardia. Os resultados mostraram benefícios individuais, como maior autoconfiança, acesso a renda e papel decisório na família, relacionados ao empoderamento. Contudo, desafios de gênero em uma sociedade patriarcal rural precisam ser abordados para melhorar a conexão entre o empreendedorismo ecoturístico e o empoderamento feminino. Os autores destacaram a necessidade de programas de capacitação para aumentar o apoio familiar e comunitário à participação feminina no turismo.

Figueroa-Domecq *et al.* (2020) examinaram as visões presentes no empreendedorismo no turismo, que tendem a valorizar o sucesso como algo masculino e economicamente orientado, subestimando as diferenças de gênero nas abordagens empreendedoras, destacando a importância das contribuições das abordagens feministas pós-coloniais, da economia política e pós-estruturalistas, que questionam o viés econômico e masculino na literatura.

Nesse mesmo sentido, Abou Shouk *et al.* (2021) indicaram que o empoderamento feminino tornou-se fator chave para o desenvolvimento sustentável do turismo em destinos turísticos, investigando a influência do empoderamento das mulheres no desenvolvimento do turismo em três países árabes: Egito, Emirados Árabes Unidos e Omã. Os Emirados Árabes Unidos apresentaram o maior impacto, seguidos pelo Egito e Omã, apontam implicações maiores para países árabes e muçulmanos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como principais resultados, destaca-se a incipienteza da pesquisa voltada às questões de gênero no turismo, com apenas 172 artigos identificados, mesmo sem delimitação temporal nas buscas. Esse dado reforça a invisibilidade a que as mulheres ainda são condicionadas no setor (Santos *et al.*, 2021; Silveira; Medaglia, 2020). Compreende-se que o estudo sobre o empreendedorismo feminino no turismo, ainda incipiente, tem recebido maior atenção nos últimos anos, evidenciando o papel das mulheres como agentes de mudança econômica e social no setor. Apesar da predominância feminina no turismo, a produção científica permanece restrita, com poucos trabalhos voltados aos desafios e oportunidades específicos das empreendedoras. A literatura aponta que o turismo desponta como um espaço promissor para o empoderamento feminino, sobretudo na América Latina, onde muitas mulheres têm encontrado nessa atividade um caminho para a independência econômica e a promoção da igualdade de gênero.

No entanto, persistem desigualdades estruturais, como a segregação ocupacional e as disparidades salariais, que limitam o avanço das mulheres nesse setor. Além disso, as pesquisas apontam para lacunas importantes na literatura, como a falta de estudos que explorem a interseção entre empreendedorismo, turismo e questões de gênero de maneira mais abrangente. Assim, há uma demanda por pesquisas futuras que aprofundem a compreensão dos fatores culturais e regionais que impactam o empreendedorismo feminino no turismo e que promovam soluções inovadoras para as barreiras ainda existentes.

Os estudos voltados ao empreendedorismo feminino, além da contribuição teórica, tendem a favorecer o desenvolvimento social e criar artifícios para uma maior participação feminina no setor do turismo (UNWTO, 2022). Com base nas produções analisadas, foi possível construir um mapeamento das pesquisas voltadas sobre a temática do empreendedorismo feminino no turismo, que apresentam o conhecimento produzido até agora e considerações a serem acolhidas nas agendas de pesquisa futura. As contribuições deste estudo concentram-se na análise quantitativa da produção científica por país, periódico e autoria, revelando a ainda incipiente atenção dedicada ao empreendedorismo feminino no contexto do turismo. Tal cenário aponta para uma lacuna promissora de investigação. Destaca-se, em particular, o caso do Brasil, cujo expressivo potencial turístico e relevância socioeconômica do setor, notadamente na geração de empregos, contrastam com a escassa produção acadêmica que integre as dimensões de gênero, empreendedorismo e turismo. Observa-se, ainda, a ausência de colaborações internacionais envolvendo instituições brasileiras, reforçando a necessidade de ampliar e aprofundar os estudos voltados à temática (Chedid; Hemais, 2022).

A análise a partir do uso de duas bases de dados, *Scopus* e *WoS*, pode apontar para uma limitação desta pesquisa, identifica-se também a necessidade de outros levantamentos bibliométricos que

considerem outras palavras-chave, com vistas a alargar a discussão sobre o tema, bem como detalhando e comparando os tipos de pesquisa publicadas (empíricas, teóricas etc.).

Outro ponto a ser considerado é a necessidade de pesquisas futuras voltadas a identificar os aspectos de gênero ligados ao empreendedorismo no turismo e as variáveis regionais que podem interferir no apelo à pesquisa, tais como condições contextuais, demográficas, culturais, religiosas, entre outras.

REFERÊNCIAS

AKTER, M.; GAFUR, I.; AL HOSSIEN, M. A comprehensive review of challenges and opportunities for women entrepreneurs in the field of tourism industry in Bangladesh. **European Journal of Theoretical and Applied Sciences**, v. 2, n. 1, p. 566-573, 2024.

URBIZAGÁSTEGUI ALVARADO, R. A Lei de Lotka na bibliometria brasileira. **Ciência da Informação**, v. 31, p. 14-20, 2002.

ARIA, M.; CUCCURULLO, C. Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. **Journal of Informetrics**, v. 11, n. 4, p. 959-975, 2017.

BOMFIM, L. C. S.; TEIXEIRA, R. M. Empreendedorismo feminino: desafios enfrentados por empreendedoras na gestão de pequenos negócios no setor de turismo. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 9, n. 2, p. 48-69, 2015.

CENSON, D. *et al.* Trajetórias de mulheres na docência e na pesquisa em Turismo. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 16, p. e-2468, 2022.

CHEDID, Y. D.; HEMAIS, M. W. Subalternização de mulheres brasileiras em contextos de turismo: uma análise pós-colonial com base em Spivak. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 16, p. e-2357, 2022.

CHOUDHARY, P.; WALIA, S. Women Empowerment and Social Entrepreneurship: Empowering the Community for a Better Future. In: Dimensions of Regenerative Practices in Tourism and Hospitality. **IGI Global Scientific Publishing**, 2024. p. 179-193.

COSTA, M. de O. *et al.* **Turismo responsável: resultados que inspiram!**. São Paulo: ECA/USP, 2024.

GOFFI, G.; CUCCULELLI, M.; MASIERO, L. Fostering tourism destination competitiveness in developing countries: The role of sustainability. **Journal of cleaner production**, v. 209, p. 101-115, 2019.

DA SILVA, M. S.; FERREIRA, H. C. H. Turismo rural e agricultura familiar: Uma revisão sistemática de literatura. **Revista Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade**, v. 15, n. 2, 2023.

DUARTE, D. C.; PEREIRA, A. D. J. O papel da mulher no turismo rural: um estudo no circuito Rajadinho de Planaltina-Distrito Federal. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 12, p. 81-102, 2018.

DUJISIN, P. N. R.; BRIONES, A. F. La participación laboral de la mujer en el turismo aventura: caso de estudio de la región de Valparaíso, Chile. **Pasos revista de turismo y patrimonio cultural**, v. 20, n. 1, 2022.

FERREIRA, A. G. C. Bibliometria na avaliação de periódicos científicos. **DataGramZero-Revista de Ciência da Informação**, v. 11, n. 3, p. 1-9, 2010.

FIGUEROA-DOMEcq, C.; DE JONG, A.; WILLIAMS, A. M. Gender, tourism & entrepreneurship: A critical review. **Annals of tourism research**, v. 84, p. 102980, 2020.

FILIMONAU, V. *et al.* Women entrepreneurs in tourism in a time of a life event crisis. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 32, n. 3, p. 457-479, 2024.

FRANCO, I. C.; SUÁREZ, M. A.; GARCÍA, A. P. Marine Tourism as an option for sustainable local development based on female empowerment. **Cuadernos de turismo**, n. 46, p. 649-652, 2020.

GHOSH, S. Female entrepreneurs in the hospitality industry: A panel causality analysis of EU countries. **Arthaniti: Journal of Economic Theory and Practice**, v. 21, n. 1, p. 93-116, 2022.

KARATAS-OZKAN, M. *et al.* Actioning sustainability through tourism entrepreneurship: Women entrepreneurs as change agents navigating through the field of stakeholders. **Central European Management Journal**, v. 32, n. 1, p. 31-56, 2024.

KIMBU, A. N. *et al.* Collaborative networks for sustainable human capital management in women's tourism entrepreneurship: The role of tourism policy. In: **Sustainable tourism policy and planning in Africa**. Routledge, 2020. p. 53-70.

MARTÍNEZ-GAYO, G.; QUINTANA, V. M. Precariedad laboral en el turismo español bajo la perspectiva de género. **PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v. 18, n. 4, p. 649-665, 2020.

MARTINI, U. *et al.* Sustainable tourism development in rural and marginal areas and opportunities for female entrepreneurship: Lessons from an exploratory study. **Worldwide Hospitality and Tourism Themes**, v. 12, n. 4, p. 421-430, 2020.

MELLADO, M. Roles de género y turismo rural en el Valle Sagrado del Cusco. **Revista de Sociología**, v. 36, n. 2, 2021.

MINASI, S. M.; MAYER, V. F.; SANTOS, G. E. de O. Desigualdade de gênero no turismo: a mulher no ambiente profissional no Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 16, p. e-2494, 2022.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Tendências do turismo**: comportamento da população brasileira. Brasília, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/brasileiros-consideram-turismo-a-terceira-atividade-economica-mais-importante-do-pais>. Acesso em: 20 set. 2024.

NAGAR, K. Representation of women managers in hospitality and tourism: a content analysis of related magazine articles. **Gender in Management: An International Journal**, v. 36, n. 3, p. 329-348, 2021.

AVCI, N.; GÜMÜŞ, S. The motivations of women entrepreneurs in the tourism industry. **Istanbul Business Research**, v. 51, n. 1, p. 279-290, 2022.

NGOMANE, T. S. Fostering women entrepreneurship in the tourism industry: a look into obstacles and opportunities of women selling arts and crafts around the Kruger national park. **International Journal of Research in Business & Social Science**, v. 12, 2023.

NGUMBELA, X. Women entrepreneurship in tourism: the case of the Buffalo City Metropolitan Municipality in the Eastern Cape Province, South Africa. **International Journal of Innovative Technologies in Economy**, v. 42, n. 2, 2023.

NZAMA, N.; EZEUDUJI, I. O. Gender nuances in tourism business operations: A South African perspective. In: **Routledge Handbook on Gender in Tourism**. Routledge, 2024. p. 195-213.

RASTEGAR, R.; HIGGINS-DESBOLLES, F.; RUHANEN, L. Tourism, global crises and justice: Rethinking, redefining and reorienting tourism futures. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 31, n. 12, p. 2613-2627, 2023.

SANTOS, I. S. dos; ALVES, C. E. dos S.; DEWES, H. Producción científica sobre emprendimiento rural relacionado con el turismo. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 15, p. e-2037, 2021.

SILVA, C. L.; SBARBOSSA, M.; GRZYBOVSKI, D.; MOZZATO, A. R. **Manual prático para estudos bibliométricos com o uso do Biblioshiny**. Passo Fundo: EDIUPF, 2022.

SILVEIRA, C. E.; MEDAGLIA, J. Distância entre cargos e salários de homens e mulheres: influência do gênero no mercado de trabalho do turismo. **Revista Turismo Estudos e Práticas-RTEP/GEPLAT/UERN**, v. 9, n. Dossiê Temático 2, p. 1-14, 2020.

SULTAN, M. F. *et al.* Female Entrepreneurship in Tourism: Hurdles, Challenges, and Issues With Respect to Pakistan. **Women's Empowerment Within the Tourism Industry**, p. 378-386, 2023.

TEIXEIRA, M. L. M.; IWAMOTO, H. M.; MEDEIROS, A. L. Estudos bibliométricos (?) em administração: discutindo a transposição de finalidade. **Administração: ensino e pesquisa**, v. 14, n. 3, p. 423-452, 2013.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Gender-inclusive strategy for tourism businesses**. Madrid: UNWTO, 2022.

VANTI, N. A. P. Da bibliometria à webometria: uma exploração conceitual dos mecanismos utilizados para medir o registro da informação e a difusão do conhecimento. **Ciência da informação**, v. 31, p. 369-379, 2002.

VUKOVIC, D. B. *et al.* Tourism development, entrepreneurship and women's empowerment—Focus on Serbian countryside. **Journal of Tourism Futures**, v. 9, n. 3, p. 417-437, 2023.

WORLD ECONOMIC FORUM. **The travel & tourism competitiveness report 2015**. Geneva: WEF, 2015.

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL. **The social impact of global tourism**. London: WTTC, 2023.