

INTENCIÓN EMPRENDEDORA EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS EN COLOMBIA: UN ESTUDIO BIBLIOMÉTRICO

LEONARDO PAÉZ¹, DANNA SUÁREZ-GÓMEZ², LAURA HERNÁNDEZ-MORENO³, FABIO BLANCO-MESA^{4*}✉

Citación: Paéz, L.; Suárez-Gómez, D.; Hernández-Moreno, L. & Blanco-Mesa, F. (2024). Intención emprendedora en estudiantes universitarios en Colombia: un estudio bibliométrico. *Inquietud Empresarial*, 24(2), 1-42. <https://doi.org/10.19053/uptc.01211048.18081>

Editor: Blanco-Mesa, Fabio

Recibido: 28/08/2024.

Aceptado: 06/09/2024.

Publicado: 15/09/2024.

Códigos JEL: I23, L26, M10

Tipo de artículo: Bibliometrías o Cientometrías



Resumen: La intención emprendedora en Colombia es un fenómeno prometedor que requiere de un enfoque íntegro que combine escenarios de educación, transferencia de conocimiento, apoyo institucional y creación de entornos propicios para el desarrollo de nuevos negocios. El objetivo del presente estudio es desarrollar un análisis bibliométrico de las investigaciones sobre la intención emprendedora en jóvenes universitarios en Colombia. La metodología considera tres (3) bases de datos: Web of Science, Scopus y Redalyc, para obtener los datos relacionados con la intención emprendedora mediante ecuaciones de búsqueda utilizando operadores booleanos. Los resultados del mapeo bibliométrico se visualizan usando VOSviewer, destacando los análisis de coocurrencia, citas, autores y publicaciones. Los resultados determinan que las investigaciones tienen un mayor crecimiento en el último lustro, que los enfoques con mayor estudio se enmarcan en emprendimiento, educación, actitudes y motivaciones. Además, se identifican tres escenarios de análisis en común acuerdo de los autores consultados, tales como el comportamiento de la persona, la capacidad de actuar y el ambiente universitario. Finalmente, se aborda una mirada holística de la producción bibliográfica sobre la intención emprendedora, lo que conduce a que se generen bases de trabajo a futuro sobre un tema de interés que puede ser usado para investigaciones futuras.

Palabras clave: intención emprendedora, estudiantes universitarios, emprendimiento, Colombia.

¹ Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas; Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia; Avenida Central del Norte 39-115, 150003 Tunja, Tunja, Boyacá; leonardo.paez01@uptc.edu.co; <https://orcid.org/0009-0002-8906-845X>

² Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas; Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia; Avenida Central del Norte 39-115, 150003 Tunja, Tunja, Boyacá; danna.suarez01@uptc.edu.co; <https://orcid.org/0009-0007-4350-377>

³ Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas; Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia; Avenida Central del Norte 39-115, 150003 Tunja, Tunja, Boyacá; laura.hernandez29@uptc.edu.co; <https://orcid.org/0009-0003-8300-4495>

⁴ Escuela de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas; Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia; Avenida Central del Norte 39-115, 150003 Tunja, Tunja, Boyacá; fabio.blanco01@uptc.edu.co; <https://orcid.org/0000-0002-9462-6498> *autor corresponsal

Entrepreneurial Intention in University Students in Colombia: A Bibliometric Study

Abstract: The phenomenon of entrepreneurial intention in Colombia represents a promising area of study that necessitates a comprehensive approach, integrating elements of education, knowledge transfer, institutional support, and the creation of environments conducive to the development of new businesses. The objective of this study is to develop a bibliometric analysis of research on entrepreneurial intention among young university students in Colombia. The methodology employs three databases—Web of Science, Scopus, and Redalyc—to retrieve data on entrepreneurial intention using search equations incorporating bibliometric operators. The results of the bibliometric mapping are visualised using VOSviewer, with particular emphasis on the analysis of co-occurrence, author citations and publications. The results demonstrate that research output has increased over the past five years, with the most prevalent approaches being those related to entrepreneurship, education, attitudes and motivations. Three scenarios of analysis are identified in accordance with the findings of the consulted authors, namely the behaviour of the individual, the capacity to act and the university environment. Finally, a comprehensive overview of the bibliographical production on entrepreneurial intention is presented, which provides a foundation for future work on a topic of interest that can inform future research.

keywords: entrepreneurial intention, university students, entrepreneurship, Colombia.

1 INTRODUCCIÓN

La educación debe alinearse con procesos de innovación y del aprendizaje continuo de tópicos de interés para el desarrollo de la sociedad; por lo tanto, el escenario universitario se constituye como un ambiente integral para fomentar la innovación por medio del desarrollo de la intención emprendedora (Valencia-Arias et al., 2023). Por su parte, Arias et al. (2012) definen la intención emprendedora como la disposición y deseo de iniciar nuevos proyectos, análisis, estudios, entre otros factores, para mejorar una situación en particular. Además, los procesos emprendedores han experimentado un auge significativo en los últimos años, teniendo mayor vinculación en los estudiantes universitarios. Lo anterior obedece en gran medida a que los escenarios educativos influyen en la intención de emprender, de tal forma que se ha configurado un contexto complejo que moldea las intenciones emprendedoras de los estudiantes.

Debido a las necesidades de emprender con el propósito de contribuir con el crecimiento económico, al fomentar la creación de nuevos empleos, incrementar la actividad económica, así como aumentar la competencia en los mercados (Arias et al., 2012; Fayolle & Liñán, 2014; Liñán & Fayolle, 2015). Desde las aulas universitarias se han desarrollado escenarios que contribuyen con la ideación de nuevas rutas de crecimiento social y económico, que se materializa por medio de las intenciones emprendedoras de los estudiantes (Blanco-Mesa et al., 2023; Blanco-Mesa et al., 2023; Niño-Amézquita et al., 2023; Valencia-Arias et al., 2023). Por ende, se evidencia una importancia relativa en la que los programas académicos fomenten un pensamiento crítico enfocado en la solución de problemas que estimulen la innovación, la creatividad y la disposición de asumir los riesgos (Arias et al., 2012; Dissanayake et al., 2022), esto se logra con base en la disposición de tópicos que concuerden con el apoyo a los estudiantes emprendedores, como pueden ser los programas de incubadoras de empresas, ferias de negocio y mentorías que contribuyan con el fortalecimiento del pensamiento de los jóvenes universitarios (Echeverri-Sánchez et al., 2018).

La intención emprendedora en estudiantes universitarios tiene una gran complejidad y múltiples momentos que se encuentran influenciados por diversos de factores (Ortiz et al., 2008), donde la educación superior, la cultura emprendedora, la situación económica, las tecnologías de la información y la comunicación, son algunos de los elementos que pueden influir en la disposición de los jóvenes a iniciar un nuevo negocio y el enfoque emprendedor de los estudiantes. Lo anterior, contribuye con establecer un escenario que fomente el emprendimiento entre los estudiantes universitarios; sin embargo, se requiere de un enfoque multidisciplinario que involucre a universidades, gobiernos, empresas y la sociedad en su conjunto (Echeverri-Sánchez et al., 2018).

Debido a la importancia del tópico analizado, es posible evidenciar la existencia de una amplia información acerca de la intención emprendedora que ha sido desarrollada por investigadores con una georreferenciación en Colombia, investigaciones que cuentan con particularidades y temas a fines que se enmarcan en lo empresarial, en lo psicológico y en lo educativo (Riiga et al., 2008), donde se analizan temáticas relacionadas con la

sostenibilidad, la economía emergente, la tecnología, las empresas, entre otros escenarios que se enmarcan en la practicidad y criticidad de los universitarios que desarrollan su capacidad emprendedora (Blanco-Mesa et al., 2023; Blanco-Mesa et al., 2023; Tarapuez-Chamorro et al., 2022). Por lo tanto, se determina que los estudios de intención emprendedora en estudiantes se conjugan con la bibliometría, cuyo propósito es analizar la evolución de los términos de búsqueda más utilizados, revistas con mayor impacto y las colaboraciones entre investigadores, con lo cual es posible detectar los nuevos enfoques y perspectivas que están surgiendo en el campo analizado.

Sin embargo, para ahondar en la intención emprendedora, autores como Blanco-Mesa et al. (2023), Blanco-Mesa et al. (2023) y Niño-Amézquita et al. (2023) sostienen que para entender de mejor manera el fenómeno analizado es importante partir de dos variables como lo son el emprendimiento y la intención emprendedora, resaltando que el emprendimiento es entendido desde la conceptualización de Schumpeter como la innovación implementada por la persona que hace posible la existencia de cambios en positivo para una comunidad o empresa, siendo un determinante en los cambios de pensamiento, razonamiento y en la actuación en el aprovechamiento de las oportunidades partiendo del liderazgo. Desde la perspectiva de Jiménez-Zapata y Calderón-Hernández (2018), la intención emprendedora se puede entender como un estado mental que dirige la atención, las experiencias y las acciones de una persona hacia el cumplimiento de una meta u objetivo; es decir, que la aplicabilidad del concepto se da a raíz de tomar iniciativas de crear algo propio, asumiendo riesgos y responsabilidades que ello implica.

En la revisión bibliométrica llevada a cabo por Tarapuez-Chamorro et al. (2022) sostienen que se deben categorizar los escenarios emprendedores de los estudiantes, los docentes y los científicos, teniendo como base de análisis la categorización de estudios, núcleos emprendedores, emprendimiento, investigación e innovación tanto empresarial como personal. Esto lleva a que se determine una evidencia evolutiva en los campos de investigación demostrando que existen diversas corrientes de investigación que permiten acentuar las bases teóricas y metodológicas en función de las características que conllevan una mayor investigación científica, con el fin de tener un panorama claro del campo de investigación en los diferentes escenarios (Salas-Rodríguez & Lara, 2020).

Tabla 1. Temáticas en el campo de intención emprendedora en Colombia.

Tema	Descripción
Teoría del comportamiento planeado (Ajzen, 1991).	Se centra en la intención de una persona de realizar una acción, considerando actitudes hacia la conducta, normas subjetivas y control percibido. Predice la intención emprendedora y otros comportamientos humanos, influenciados por factores como la autoeficacia y la motivación (Ajzen, 1991).
Modelo de intención emprendedora (Ajzen, 1991; 2002; Ajzen & Fishbein, 2004).	Modifica la Teoría del comportamiento planeado, sustituyendo normas subjetivas por tolerancia al riesgo. Así mismo, explica la intención emprendedora como resultado de la actitud hacia la conducta, control percibido y tolerancia al riesgo (Ajzen, 1991; 2002).
Actitudes y normas sociales (Ajzen, 1991; Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2012; Blair & Shaver, 2020; Collins et al., 2004).	Se resalta cómo las actitudes positivas hacia la empresa y la innovación fomentan la intención emprendedora, mientras que las normas sociales, como la percepción de apoyo familiar y social,

	también juegan un papel importante (Barba-Sánchez et al., 2022; Barba-Sánchez & Atienza-Sahuquillo, 2012).
Teoría de la motivación (Carsrud & Brännback, 2011; Collins et al., 2004; Fayolle et al., 2014; Hessels et al., 2008).	Comprender los factores que impulsan a las personas a actuar de manera determinada, incluye la innovación, la creatividad y el emprendimiento. Los aportes de los autores resaltan la mejora en el desempeño, fomento del aprendizaje y potenciar el desarrollo personal (Naranjo-Pereira, 2009). Maslow propone jerarquías de las necesidades humanas que inician desde las fisiológicas hasta la autorrealización, considerando una satisfacción en el desarrollo de sus actividades. Herzberg incluye factores de higiene y motivacionales, los factores de higiene pueden evitar la insatisfacción, pero no generan motivación por sí solos. McClelland se centra en motivaciones de logro, afiliación y poder que influye en su comportamiento y alcance de resultados (Araya-Castillo & Pedreros-Gajardo, 2013).
Teoría de la cultura y el entorno (Hofstede et al., 2004; Kromidha et al., 2022; Mueller & Thomas, 2001; Sesen, 2013).	Se pone el énfasis en la relación de la cultura, el entorno y el emprendimiento, incluyendo factores de sociología y geografía. Los pilares de la teoría se dan a partir de la interdependencia que analiza que la cultura y el entorno son claves para el emprendimiento que influyen mutuamente de manera constante. Así mismo, conducen a una adaptación y transformación de la cultura de innovación que confluyen en la diversidad en educación para el fomento de la economía y la política que son factores clave en la configuración del entorno para los emprendimientos (Jiménez-Zapata y Calderón-Hernández, 2018).
Teoría de la educación en entornos universitarios para el emprendimiento (Barba-Sánchez et al., 2022; Blanco-Mesa et al., 2023; Gera et al., 2024; Iglesias-Sánchez et al., 2016; Johannisson, 1991; Leiva et al., 2021; Sánchez, 2011).	La teoría de la educación en entornos universitarios se adapta a los cambios sociales, tecnológicos y pedagógicos. Los pilares se encuentran relacionados con el estudiante en los aprendizajes activos y autónomos para despertar el sentido emprendedor, promoviendo con ello la participación, la solución de problemas y la construcción del conocimiento propio (Gómez-Núñez et al., 2024). Los autores de la teoría ponen el énfasis en enfoques pragmáticos, enfatizando la experiencia y la resolución de problemas con base en el aprendizaje, logrando que se destaque una interacción social en educación para la aplicabilidad en los emprendimientos partiendo de ciclos de aprendizaje que son concretos, reflexivos, abstractos y con experimentación activa en la ideación e innovación (Urpí, 2010).
Planes de negocio y familia (Dragin et al., 2022; Esfandiari et al., 2019; Georgescu & Herman, 2020; Trimi & Berbegal-Mirabent, 2012).	Este escenario busca comprender cómo los factores familiares influyen en la toma de decisiones empresariales y cómo los planes de negocio pueden adaptarse de tal manera que se generen estructuras de poder, redes de contacto y sentido de identidad para la adaptación del negocio y emprendimiento que sea coherente con una gobernanza familiar y de responsabilidad social (Tarapuez-Chamorro et al., 2018).

Tal y como lo exponen Blanco-Mesa et al. (2023), Blanco-Mesa et al. (2023) y Niño-Amézquita et al. (2023), los procesos de intención emprendedora fomentan en los universitarios ambientes de innovación para la mejora y desafío del statu quo, generar empleo, desarrollo de habilidades de emprendimiento y contribuye con un impacto social positivo en el marco de la economía. Araque-Geney y Álvarez-Contreras (2023), desde su enfoque de gestión estratégica de emprendimientos, argumentan que estos requieren de

apoyos institucionales como lo son los programas universitarios cuya finalidad es fomentar el emprendimiento e innovación; así como el desarrollo de políticas públicas gubernamentales que apoyen los emprendimientos por medio de programas de financiamiento e incentivos fiscales. Lo anterior sugiere la necesidad de llevar a cabo un análisis de los factores que pueden influir la intención emprendedora de los universitarios en Colombia; dado que, se deben aprovechar las oportunidades que se dan a partir de implementar modelos de innovación y emprendimiento contribuyendo con la sostenibilidad del país (Parra-Bernal & Argote-Cusi, 2015). Por lo anterior, se logra observar la importancia de la ejecución de las revisiones bibliográficas. Valencia-Arias et al. (2016) determinan que este tipo de metodologías permiten a los investigadores conocer el estado del arte sobre un tema específico, cuáles son las teorías, metodologías y resultados obtenidos para construir una base conceptual sólida sobre la cual se desarrollará la investigación. Desde Parra-Bernal & Argote-Cusi (2015) se configura un entorno, en concreto, un panorama general sobre la intención emprendedora en los jóvenes universitarios colombianos.

Bajo este principio, el objetivo del trabajo de investigación es desarrollar un análisis bibliométrico de las investigaciones sobre la intención emprendedora en jóvenes universitarios en Colombia. La metodología utiliza un conjunto de información de la colección principal de tres (3) bases de datos, como lo son: Web of Science, Scopus y Redalyc, para obtener los datos relacionados con la intención emprendedora mediante ecuaciones de búsqueda utilizando operadores booleanos. Los procesos de búsqueda de artículos en las bases de datos antes mencionadas con los operadores booleanos y el tema de intención emprendedora en Colombia, permiten establecer en promedio 53 estudios que cumplen con las características asociadas con emprendimiento, estudiantes, jóvenes, Colombia, entre otros. Se centran en publicaciones y sus metadatos para detectar las áreas y tendencias en esta área de conocimiento. De igual manera, se analizan espacios temporales desde 2010 a 2024, donde los autores investigados establecen un patrón de análisis relacionados con la autoeficacia emprendedora, las necesidades de logro, la tolerancia a los riesgos, la actitud enfocada en emprendimiento, la creatividad y la innovación. En Colombia, la evaluación de la intención emprendedora ha estado marcada por diversos autores, destacando a Blanco-Mesa et al. (2023) y Echeverri-Sánchez et al. (2018). Estos destacan que la intención emprendedora se fundamenta en tres ejes de gestión como lo son la actitud personal, la capacidad de acción y el entorno; sin dejar de lado los retos de la educación superior y de la sociedad en no visualizar los emprendimientos como generadores de utilidades, lo que genera la necesidad de la adecuación del aprendizaje y de los entornos de formación empresarial en las aulas universitarias.

El presente documento se estructura en secciones que permiten el cumplimiento del objetivo de investigación, e inicia con la parte introductoria y teórica documental. Una segunda sección se refiere a la metodología que expone de manera breve la revisión teórica sobre el mapeo bibliográfico. Una tercera sección expone los procesos metodológicos de búsqueda utilizados para el desarrollo de la bibliometría, explorando las palabras clave y los operadores booleanos para filtrar la búsqueda en bases de datos como Web of Science, Scopus y Redalyc. En una cuarta sección se exponen los principales resultados sobre las generalidades de las publicaciones, autores, revistas, universidades, entre otros. En la

quinta sección se expone la discusión de los resultados de investigación relacionando las posturas, divergencias y convergencias de los autores. Finalmente, en la sexta sección, se exponen las conclusiones y se establecen los pilares fundamentales para investigaciones futuras.

2 METODOLOGÍA

A continuación, para comprender cómo se capturan, analizan, revisan y seleccionan las publicaciones, es necesario revisar el concepto del mapeo y del método bibliométrico.

2.1 Mapeo bibliométrico

El mapeo bibliométrico es una herramienta que permite a los investigadores analizar volúmenes de información científica de manera estructurada por medio de representaciones gráficas entre documentos, autores, instituciones o palabras clave (Blanco-Mesa et al., 2023; Cobo et al., 2011a; López-Herrera et al., 2009; Sánchez y Cancino, 2013; Valadez-Solana et al., 2023). Por lo tanto, su aplicabilidad radica en permitir la optimización en la búsqueda de información, identificar los principales actores en un campo de estudio, detectar las tendencias emergentes y evaluar los impactos de la investigación. Esto requiere aplicar una serie de pasos como la elección de la base de datos bibliográfica más adecuada; luego, se definen los términos de búsqueda, seleccionando los indicadores bibliométricos más relevantes. (Alonso et al., 2009; Bar-Ilan, 2008; Hu et al., 2020; Martínez et al., 2013). A continuación, se utiliza un *software* especializado para hacer los análisis y la visualización de datos, concluyendo con la interpretación de los datos obtenidos, extrayendo las conclusiones más significativas o relevantes.

Para el proceso de revisión de documentos se toman como base de referencia tres bases de datos, como Web of Science, que cuenta con una capacidad para indexar y conectar amplias gamas de publicaciones, proporcionando a los investigadores herramientas para descubrir, evaluar y analizar la producción científica. Las otras dos bases de datos son Scopus y Redalyc, las cuales proporcionan una amplia información principalmente de América Latina y el Caribe, con enfoques ampliamente marcados en revistas indexadas que abordan las áreas del conocimiento, desde las ciencias naturales hasta las ciencias sociales y humanidades (Martínez-Lobo & Martínez-Romero, 2022). La vinculación de estas bases de datos responde a las necesidades investigativas de documentar artículos relacionados con la intención emprendedora en el contexto colombiano. Además, proporcionan un lenguaje de búsqueda claro y conciso que arroja los resultados esperados por los investigadores para desarrollar el estudio de manera confiable y con documentos autorizados con el cumplimiento de una revista indexada. En la Tabla 2 se presenta un resumen de las bases de datos que se usaron en el presente estudio.

Tabla 2. Características de las bases de datos Redalyc, Scopus y Web of Science.

Característica	Redalyc	Scopus	Web of Science
Enfoque geográfico	América Latina, Caribe, España y Portugal	Mundial	Mundial
Áreas temáticas	Ciencias sociales y humanidades (principalmente)	Todas las áreas del conocimiento	Todas las áreas del conocimiento
Acceso abierto	Fuerte énfasis	Menor énfasis	Varía según la revista y el acuerdo
Revistas emergentes	Mayor cobertura	Menor cobertura	Moderada cobertura
Herramientas	Básicas	Avanzadas	Avanzadas
Indicadores bibliométricos	Limitados	Amplios	Amplios
Idioma	Español y portugués (principalmente)	Múltiples idiomas	Múltiples idiomas
Prestigio académico	Alto en América Latina	Muy alto a nivel mundial	Muy alto a nivel mundial
Cobertura de revistas	Amplia en América Latina	Muy amplia a nivel mundial	Muy amplia a nivel mundial
Historia	Relativamente reciente	Establecida	Establecida

Una vez que las fuentes de información han sido plenamente identificadas, es necesario usar alguna herramienta de mapeo científico para la construcción de las visualizaciones bibliográficas que relacionan los tópicos, temáticas, documentos, fuentes y autores consultados. Para hacer el mapeo, es necesario contar con las siguientes variables: fuente de datos, unidades de análisis, procesamiento y gestión de datos, y similitud del dato, que permitan hacer la normalización de las relaciones entre las diferentes unidades, para ser empleadas con técnicas de visualización con el fin de mejorar y optimizar la interpretación de los resultados (Cobo et al., 2011b; Salas-Rodríguez & Lara, 2020) (ver Tabla 3).

2.1 Método bibliométrico

La implementación de la bibliometría permite a los investigadores llevar a cabo un análisis cuantitativo de los artículos que se han publicado en ciertas bases de datos y el volumen de información que puede encontrarse en la web (Gaviria-Marín, 2021; Solano-López et al., 2009). A través de este método, es posible la identificación de patrones, tendencias y relaciones para una correcta producción científica, para lo cual se hace uso de elementos clave, tales como autores, entidades, instituciones, revistas, citaciones y palabras clave, lo que incentiva a que se aumente la productividad científica, el impacto de las investigaciones, la eficiencia en las colaboraciones entre los investigadores y se marque una tendencia en temáticas emergentes en un campo del conocimiento determinado (Alfaro-García et al., 2022; Ballardo-Cárdenas et al., 2022; Blanco-Mesa et al., 2017; 2019; Rodríguez-Sabiote et al., 2019).

Tabla 3. Herramientas de visualización para el mapeo bibliométricos.

<i>Software</i>	Descripción
CiteSpaceII	Herramienta que permite el análisis visual de grandes conjuntos de datos bibliográficos, así mismo, permite visualizar redes de cocitación, coocurrencia de términos y autores, logrando que se genere un proceso de visualización de la evolución de los temas a lo largo del tiempo.
CoPalRed	Es un <i>software</i> de origen español que se especializa en el análisis de redes sociales académicas. Su principal función es la de permitir una clara visualización de las colaboraciones entre investigadores, instituciones y países, incluyendo escenarios de análisis de la estructura y evolución de las redes.
IN-SPIRE	Es una plataforma web gratuita para el análisis y visualización de datos bibliométricos. Su interfaz es una de las más sencillas y amigables para usuarios sin experiencia en programación.
Network Workbench Tool	Herramienta de <i>software</i> libre para el análisis de redes sociales y bibliométricas, además de la creación y visualización de redes complejas, así como el análisis de sus propiedades estructurales.
VentagePoint	Es una plataforma de análisis de datos bibliométricos que combina visualización y análisis cuantitativo. Asimismo, permite identificar tendencias emergentes para evaluar el impacto de la investigación y comparar el desempeño de diferentes instituciones.
VOSviewer	Es una de las herramientas más populares para la visualización de redes bibliométricas. La interfaz de este <i>software</i> permite crear mapas de coocurrencia de términos, coautoría y cocitación, así como hacer análisis de clústeres para el análisis de información.
Bibliometrix	Es un paquete de R para la realización de análisis bibliométricos. Esta herramienta ofrece una amplia gama de funciones para la extracción, limpieza y análisis de datos bibliográficos, así como la creación de visualizaciones.

Fuente: elaboración propia basado en Blanco-Mesa et al. (2023).

Los estudios vinculados permiten evidenciar un análisis enfocado en la intención emprendedora que lleva a establecer las bases y modelos de avance del tópico analizado. De este modo, se proporcionan los indicadores útiles que evidencian los aspectos relevantes asociados con los temas, autores, investigaciones, revistas y demás. Finalmente, el artículo está enfocado en los estudios relacionados con la intención emprendedora que se desarrollan en las cinco etapas, tal y como se describe en la Figura 1 que expone el proceso de investigación estructurado en cinco etapas y enfocado en el análisis de la intención emprendedora. Cada etapa representa un paso secuencial en la metodología de investigación, desde la selección de las bases de datos hasta la visualización e interpretación de los resultados.

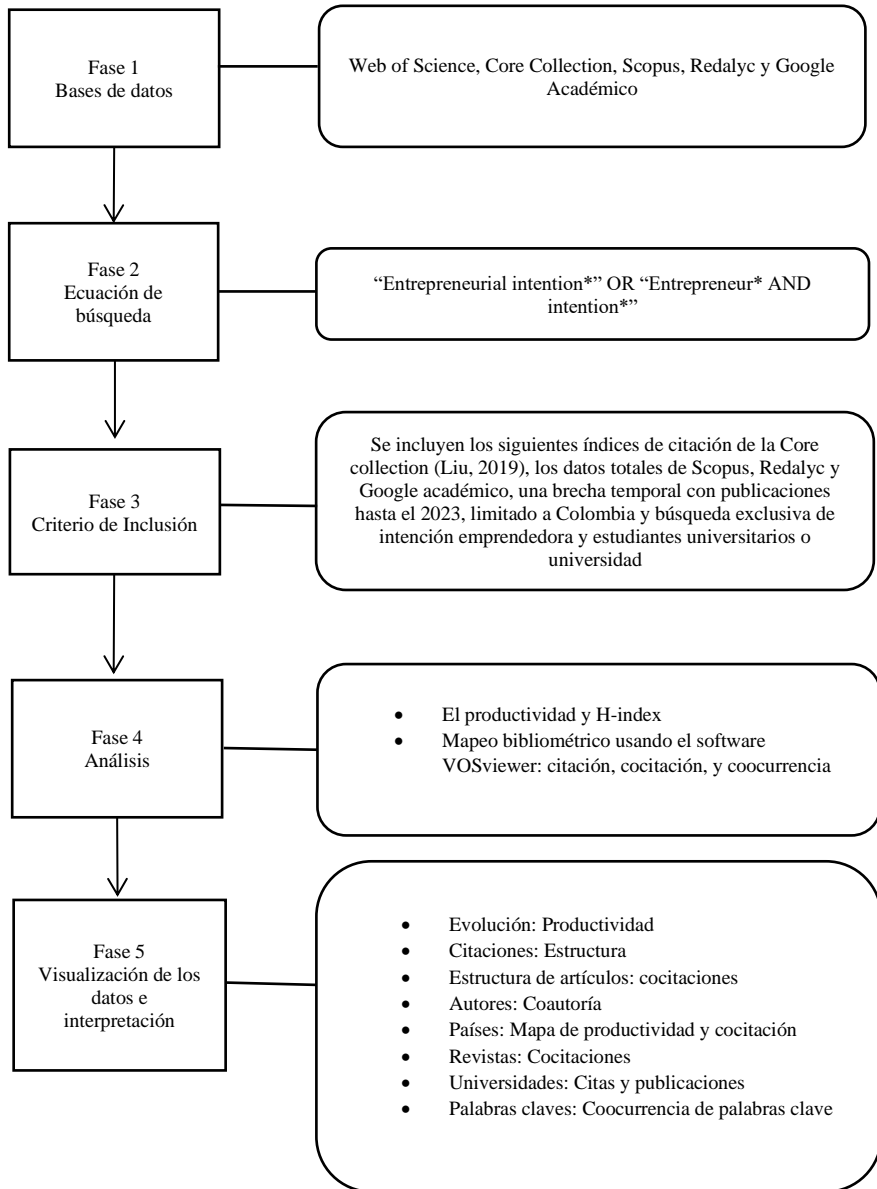


Figura 1. Etapas para el estudio bibliométrico.

Durante la fase 1 se seleccionaron de las bases de datos relevantes para la investigación: Web of Science Core Collection (Clarivate, 2023), Scopus, Redalyc y Google Académico. Estas bases de datos son ampliamente utilizadas en el ámbito académico para la búsqueda y recuperación de información científica. En la fase 2 se determinaron las ecuaciones de búsqueda, compuestas por dos términos clave, como lo

son la intención emprendedora y “emprendedor AND intención”, y sus términos en inglés “*Entrepreneurial intention**” OR “*Entrepreneur* AND intention**”. Dicha ecuación busca que se identifiquen aquellos artículos que aborden el concepto de intención emprendedora de manera explícita o implícita, implementando operadores booleanos con el propósito de ampliar o restringir la búsqueda según las necesidades del documento. Términos como universidad y estudiante no se usaron, ya que el objetivo era encontrar todos los estudios de intención emprendedora.

Durante la fase 3 se abordaron los criterios de inclusión de artículos en el análisis, basados en los índices de citación de la Core Collection (Liu, 2019; Vera-Baceta et al., 2019). La totalidad de los datos de Scopus y Redalyc se enmarcan en una brecha temporal hasta 2023, e incluyen solo los documentos relacionados con las palabras clave: Colombia, intención emprendedora, universidad y estudiante universitario, criterios que se enfocan en garantizar la relevancia y actualidad de los artículos seleccionados. En la fase 4 se abordaron los análisis de datos que incluyen escenarios de análisis cuantitativos como lo son el factor de impacto, la productividad y el índice h de los artículos. Estas métricas permiten evaluar la relevancia y visibilidad de las publicaciones y se complementa con el análisis de redes por medio del *software* VOSviewer (Leiden University, 2015; van Eck & Waltman, 2010) para analizar las relaciones entre los elementos de la investigación como citas, coautorías y coocurrencias de palabras clave. Finalmente, la fase 5 corresponde con la interpretación y visualización de los datos que permite identificar cómo ha evolucionado la investigación sobre intención emprendedora a lo largo del tiempo y cuáles son los artículos más influyentes, así como identificar grupos de artículos que comparten temáticas similares y las relaciones entre ellos.

3 RESULTADOS

En esta sección se presentan los resultados obtenidos, los cuales se dividen en los siguientes capítulos: evolución de la productividad y estructura de citas, publicaciones y autores más citados en educación superior e intención emprendedora en Colombia, revistas más relevantes de intención emprendedora, y el análisis de palabras clave.

3.1 *Evolución de la productividad y estructura de citas de intención emprendedora en Colombia*

La Figura 2 expone la evolución de las publicaciones en tres bases de datos Web of Science, Scopus y Redalyc, de acuerdo con la temática abordada en el documento, como es la intención emprendedora en Colombia, teniendo en cuenta un horizonte temporal de 13 años iniciando en 2010 y finalizando en 2023. Los resultados permiten observar que las publicaciones mantienen una tendencia baja en cuanto al nivel de producción de artículos anuales, identificando una constante entre los años 2010 y 2014 con un leve incremento en el 2015.

Para el 2016 se aprecia un incremento moderado en WoS y Scopus; mientras que la base de datos de Google Académico evidencia una variación en el número de publicaciones de artículos. Sin embargo, para los años 2019 a 2023, se evidencia una racha con tendencia positiva relativa al número de publicaciones con un pico en 2022 con 13 artículos, lo que sugiere un aumento del 61 % en relación con WoS; en Scopus se evidencia un aumento significativo en 2023 con un aumento del 44 % respecto a los años 2021 y 2022. Con una menor tendencia de publicación de artículos se posiciona Google Académico que generó una tendencia decreciente de estudios de 4 a 3 publicaciones al comparar 2022 y 2023 con un decrecimiento del 25 %. Sin embargo, es importante precisar que los datos muestran un crecimiento constante reflejando el interés en esta temática de estudio en Colombia.

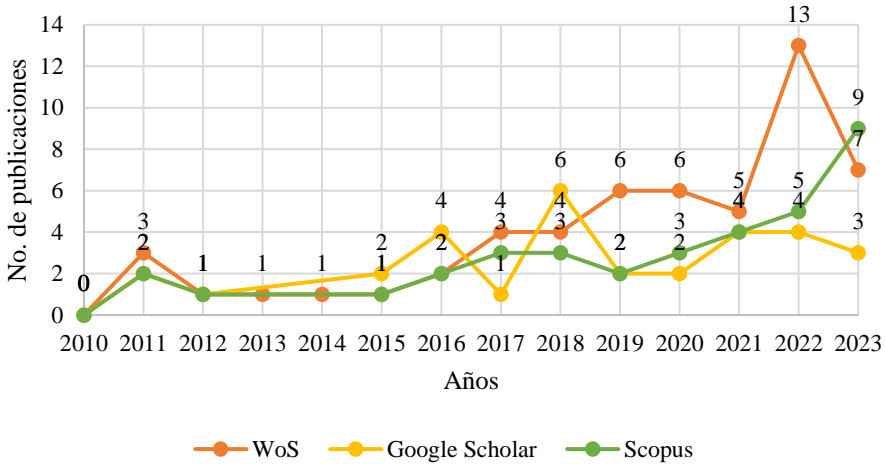


Figura 2. Evolución de las publicaciones en intención emprendedora en Colombia.

Otro componente de análisis tiene relación con la estructuración de las citas. La Tabla 4 presenta la distribución de citas en las diferentes bases de datos consultadas para la investigación. En esta se observa que Google Académico experimenta una tendencia con un mayor impacto relativo en las citas con un 6.45 %; seguido por WoS con un 1.85 %, mientras que Scopus presenta un comportamiento nulo en los trabajos con más de 100 citas. De igual manera, se encuentra que el 31.48 %, el 40.54 % y el 58.06 % respectivamente de las publicaciones, se sitúan en el rango de 10 a 50 citas, para el rango a los documentos con 1 a menos de 10 citas. Por otra parte, WoS predomina con un 52.86 %, seguido de Scopus con un 45.95 % y Google Académico, con un 35.48 %, se ubica en tercer lugar. Para el caso de Google Académico, que presenta una menor producción documental de artículos, tiene un impacto positivo en términos de citas, en contraste con WoS y Scopus que tienen un volumen mayor de publicaciones, pero con un impacto más distribuido, pues se destacan los rangos bajos y moderados en sus citas.

Tabla 4. Citaciones y publicaciones.

Citaciones	PT WoS	% WoS	PT Scopus	% Scopus	PT Google Académico	% Google Académico
≥ 100 citaciones	1	1.85 %	0	-	2	6.45 %
≥ 50 citaciones	2	3.70 %	1	2.70 %	4	12.90 %
≥10 citaciones	15	27.78 %	14	37.84 %	14	45.16 %
< 10 citaciones	9	16.67 %	6	16.22 %	4	12.90 %
1 a 5 citaciones	19	35.19 %	11	29.73 %	7	22.58 %
Sin citaciones	8	14.81 %	5	13.51 %	0	-
Total	54	100 %	37	100 %	31	100 %

3.2 Estructura de artículos en intención emprendedora en Colombia

Los resultados asociados a la búsqueda de artículos científicos, relacionados con la intención emprendedora en jóvenes universitarios en Colombia brindan diversos enfoques de análisis y perspectivas para dar una explicación al tema de estudio, teniendo en cuenta criterios como métodos, teorías y aproximaciones conceptuales claves en el tópico investigativo. Desde las áreas de conocimiento se logra establecer un enfoque predominante en el marco de los negocios y economía, aunque también existen investigaciones significativas en psicología y educación en el fomento de emprendimiento empresarial.

La Tabla 5 presenta el Top 60 de los artículos con más citaciones dentro del tópico analizado. Se destaca que el 29,82 % de los documentos consultados se encuentran en revistas Q4; el 22.81 % se encuentra en revistas Q2; en comparación con las revistas Q3 que se encuentran en el 15.79 % y en Q1, en el 10.53 %. Los resultados permiten evidenciar que las revistas consultadas para la investigación son de calidad y rigor científico, y que su visibilidad y su alcance son mayores. Esto significa que los artículos vinculados al proceso investigativo fueron los de mayor relevancia para otros investigadores. Según los resultados obtenidos en la Tabla 5, es posible identificar una serie de variables que suelen ser el factor común en todos los artículos consultados, siendo las siguientes las más relevantes:

- *Autoeficacia*: es la creencia de una persona para el logro de su éxito en una tarea específica, fomentando con ello la confianza existente en las habilidades propias para el logro de metas u objetivos para superar los obstáculos, es una creencia que se desarrolla a través de la experiencia e influye como puede sentir, pensar y actuar la persona (Bandura, 1982; Eniola, 2020; Newman et al., 2019; Sánchez et al., 2012). Desde lo expresado por Moriano et al. (2012), en el contexto del emprendimiento, la autoeficacia juega un rol en el momento que genera motivación, toma de decisiones, resiliencia y asumir los retos que se presentan en el escenario emprendedor. Esto conlleva que el profesional cuente con una fuerza en las creencias propias de llevar a cabo con éxito una tarea o actividad encomendada (Fayolle et al., 2014; Moriano et al., 2012; Valdez-Juárez & García Pérez-de-Lema, 2023).

- *Transculturalidad*: en el emprendimiento se presentan escenarios de intercambio y de diferencia culturales que propician un fortalecimiento de las intenciones de emprender que se encuentran arraigadas en conceptos sociales, entorno, pensamiento, cooperación e individualismo, donde los programas de emprendimiento en las aulas universitarias se proyectan como un rol de influencia positiva para la mejora en la actitud emprendedora (Blanco-Mesa et al., 2023; Bustamante et al., 2022). Por lo tanto, en el mundo empresarial cada vez más globalizado, la transculturalidad se ha convertido en un factor clave para el éxito. Los emprendedores que comprenden y valoran la diversidad cultural tienen una ventaja competitiva significativa.
- *Educación y emprendimiento*: en los escenarios de emprendimiento se aprecia un vínculo entre la educación y el emprendimiento; puesto que la educación en emprendimiento puede fomentar y desarrollar las habilidades y actitudes necesarias para emprender (Blanco-Mesa et al., 2023; Blanco-Mesa, et al., 2023; Leiva et al., 2021; Niño-Amézquita et al., 2023). Por lo tanto, la aplicabilidad de la educación en el emprendimiento fomenta la creatividad e innovación, contribuye con el desarrollo de las habilidades para fomentar la capacidad emprendedora y conlleva que se genere un acceso a redes. Finalmente, la educación proporciona las bases para el desarrollo de habilidades emprendedoras, mientras que, el emprendimiento, ofrece una oportunidad para aplicar esos conocimientos y habilidades en la vida real (Bravo-Bravo et al., 2021; Motta & Galina, 2023; Nabi et al., 2017).

En la Figura 3 se presentan las relaciones de citaciones que pueden establecerse en relación con la intención emprendedora. En esta se aprecia que en la base de datos de Web of Science existen tres nodos principales en los que se destaca el trabajo de Liñán, localizado en el nodo verde, que está orientado hacia la educación empresarial y la creación de nuevas empresas; Krueger, localizado en el nodo amarillo, orientado al emprendimiento social y, Bandura, localizado en el nodo rojo, orientado hacia la autoeficacia y teniendo en cuenta los aspectos de comportamiento. Asimismo, se destaca que a partir de cada nodo se han desarrollado otros subnodos mostrando una diversidad en el tema de intención emprendedora, profundizando así cada temática y ofreciendo un enfoque diferente para investigar. En lo que respecta a Scopus, se presentan nodos similares en cuyo centro se encuentran Liñán, Fayolle, Ajzen y Krueger.

Tabla 5. Artículos más citados en intención emprendedora en estudiantes universitarios en Colombia.

Nº.	A	AU	R	CT WoS	Q WoS	CT SC	Q SC	CT GA	AP
1	How context shapes entrepreneurial self-efficacy as a driver of entrepreneurial intentions: a multilevel approach.	Schmutzler, J.; Andonova, V.; Díaz-Serrano, L.	ETP	119	Q1	152	Q1	272	2019
2	Entrepreneurial intentions of Colombian business students planned behaviour, leadership skills and social capital.	Henley, A; Contreras, F.; Espinosa, J. C.; Barbosa, D.	IJEER	60	Q1	67	Q1	145	2017
3	Testing mediating effects of individual entrepreneurial orientation on the relation between close environmental factors and entrepreneurial intention.	Martins, I; Pérez, J. P.	IJEER	55	Q1	67	Q1	133	2020
4	Sustainable entrepreneurial intentions: exploration of a model based on the theory of planned behaviour among university students in north-east Colombia.	Romero-Colmenares, L. M.; Reyes-Rodríguez, J. F.	IJME	41	Q1	50	Q1	81	2022
5	Self-confidence and fear of failure among university students and their relationship with entrepreneurial orientation: Evidence from Colombia.	Martins, I; Monsalve, J. P. P.; Martínez, A. V.	ARLA	29	Q3	40	Q2	83	2018
6	The role of innovative entrepreneurship within Colombian business cycle scenarios: a system dynamics approach.	Aparicio, S.; Urbano, D.; Gómez, D.	FT	28	Q1	44	Q1	86	2016
7	Developing orientation to achieve entrepreneurial intention: a pretest-post-test analysis of entrepreneurship education programs.	Martins, I; Pérez, JP; Novoa, S.	IJME	26	Q1	30	Q1	54	2022
8	Parental role models and entrepreneurial intentions in Colombia: Does gender play a moderating role?	Moreno-Gómez, J.; Gómez-Araujo, E.; Castillo-De Andreis, R.	JEEE	26	Q2	30	Q1	49	2019

9	Promoting entrepreneurship based on university students' perceptions of entrepreneurial attitude, university environment, entrepreneurial culture and entrepreneurial training.	Valencia-Arias, A.; Arango-Botero, D.; Sánchez-Torres, J. A.	HESW	21	Q2	34	Q2	77	2022
10	Fragmented networks and transnational entrepreneurship: building strategies to prosper in challenging surroundings.	Santamaría-Alvarez, S. M.; Muñoz-Castro, D. C.; Sarmiento-González, M. A.; Marín-Zapata, S. I.	JIE	20	Q2	20	Q1	36	2018
11	Entrepreneurial intentions of university students in Colombia: exploration based on the theory of planned behavior.	Barrios, G. R. E.; Rodríguez, J. F. R.; Plaza, A. V.; Zapata, C. V. P.; Zuluaga, M. E. G.	JEB	19	Q2	22	Q2	48	2022
12	Influence of university-related factors on students' entrepreneurial intentions.	Lopez, T., Alvarez, C.	IJEV	19	Q3	22	Q2	33	2019
13	Students' perception of learning from entrepreneurship education programs and entrepreneurial intention in Latin America.	Lopez, T., Alvarez, C., Martins, I., Pérez, J. P., Román-Calderón, J. P.	ARLA	15	Q3	18	Q2	40	2021
14	Characterization of entrepreneurial intention in university students as from systemic entrepreneurship intention model: a case study.	Velásquez, J. A. T.; Arias, A. V.; Hernández, J. B.; Diez-Echavarría, L. F.; Marín, M. L. U.; Pérez, F. O. M.	CG	14	Q3	22	Q2	59	2018
15	Validation of the entrepreneurial intention questionnaire in a sample of university students from Colombia.	Laguía, A.; Moriano, J. A.; Molero, F.; Gámez, J. A.	UP	13	Q4	19	Q4	12	2017
16	Student entrepreneurial intentions in emerging economies: institutional influences and individual motivations.	Olarewaju, A. D.; González-Tamayo, L. A.; Maheshwari, G.; Ortiz-Riaga, M. C.	JSBED	13	Q2	14	Q1	21	2023
17	Understanding the entrepreneurial intentions of youth: a PLS multi-group and FIMIX analysis using the model of goal-directed behavior.	Londoño, J. C.; Wilson, B.; Osorio-Tinoco, F.	JEEE	12	Q2	16	Q1	33	2021
18	Evolution and research trends in entrepreneurial self-efficacy: a bibliometric analysis.	Valencia-Arias, J. A.; Marulanda-Valencia, F. A.	EG	12	Q3	12	Q4	7	2019
19	Cultural traits of entrepreneurship education: a cross-national study.	Fleck, E.; Kakouris, A.; Winkel, D.	JEEE	11	Q2	16	Q1	23	2021
20	Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico.	Arias, A. V., Restrepo, I. M., Restrepo, A. M.	INTC	10	Q4	43	Q3	113	2016
21	Entrepreneurial career choice intentions among secondary students in Colombia: the role of entrepreneurial exposure.	Tinoco, F. O.; Bayon, M. C.; Vargas, G. M.	IJEM	9	Q1	10	Q2	17	2022

22	Extension of the systemic entrepreneurship intention model in university students.	Díez-Echavarría, L.; Arias, A. V.; Bermúdez-Hernández, J.; Pérez, F. O. M.; Marín, M. L. U.; Velásquez, J. A. T.	SJM	4	Q4	5	Q3	21	2019
23	Highly-skilled Colombian immigrants in Spain: Do they have to return home to start up in business?	Bulla, F. J. M., Horniga, E.	ETR	3	Q1	6	Q1	17	2011
24	Overconfidence, fear of failure, risk-taking and entrepreneurial intention: The behavior of undergraduate students.	Villanueva, E., Martins, I.	TECE	3	Q4	4	Q3	13	2022
25	Corporate social responsibility practices of Colombian companies as perceived by industrial engineering students.	Morales-Gualdrón, S. T., La Rotta-Forero, D. A., Arias-Vergara, J. A., Montoya-Ardila, J., Herrera-Bañol, C.	SEE	3	Q1	4	Q1	7	2022
26	Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública.	Albarracín, É. J. G, Aguilar, R. A. G, Ripoll, R. R.	RUE	3	Q4	-	-	42	2020
27	Serious games in entrepreneurship education: a learner satisfaction and theory of planned behaviour approaches.	Martins, I., Pérez, J. P. P., Osorio, D., Mesa, J.	JE	2	Q3	2	Q2	3	2023
28	Aspectos sociodemográficos y familiares e intención empresarial en estudiantes de maestría en administración en Colombia.	Tarapuez-Chamorro, E., Aristizábal-Tamayo, J. M., & Monard-Blandón, C.	EG	1	Q3	4	Q4	11	2018
29	Impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of university students in Latin America.	Montes, J., Ávila, L., Hernández, D., ... xZamora-Bosa, S., Cordova-Buiza, F.	CBM	1	Q2	4	Q2	9	2023
30	Application of a fuzzy system to the analysis of entrepreneurial intention in Colombia.	Aristizábal, J. M., Tarapuez, E., Guzmán, B.	JURA	1	Q3	2	Q2	2	2021
31	An exploratory attitude and belief analysis of ecotourists' destination image assessments and behavioral intentions.	Harrill, R., Zúñiga-Collazos, A., Castillo-Palacio, M., Adilla-Delgado, L. M.	SS	1	Q2	1	Q1	3	2021
32	Entrepreneurial intentions of students at ICESI university	Villegas, R. V., Martínez-Romero, A. C., Peña-Guevara, A. T.	EG	1	Q3	1	Q4	-	2011

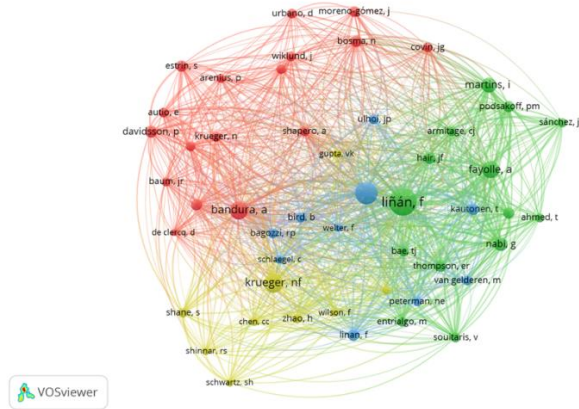
33	Entrepreneurial intention among Colombian university students: A theory of planned behavior analysis in Colombia	Blanco-Mesa, F., Niño-Amézquita, D., Gutiérrez-Ayala, J.	CUG	1	Q3	-	-	8	2023
34	The venture creation process and entrepreneurial intention in emerging economies – a system dynamic's approach	Parra, J. F., Valencia-Arias, A., Bermúdez-Hernández, J.	JEEE	1	Q2	-	Q1	6	2023
35	Prior exposure and educational environment towards entrepreneurial intention.	Soria-Barreto, K., Honores-Marín, G., Gutiérrez-Zepeda, P., Gutiérrez-Rodríguez, J.	JTMI	-	-	34	Q4	104	2017
36	Gender and social legitimacy of entrepreneurship: Contribution to entrepreneurial intention in university students from Chile and Colombia.	Soria, K., Honores, G., Gutiérrez, J.	JTMI	-	-	20	Q4	35	2016
37	Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo.	Echeverri-Sánchez, L., Valencia-Arias, A., Benjumea-Arias, M., Toro, A. B.-D.	REE	-	-	18	Q3	73	2018
38	Aspectos socioeconómicos e intención emprendedora en estudiantes universitarios del Quindío (Colombia).	Tarapuez, E., García, M. D., Castellano, N.	INN	-	-	17	Q3	66	2018
39	Mapeo del campo de conocimiento en intenciones emprendedoras mediante el análisis de redes sociales de conocimiento.	Montoya-Restrepo, I Valencia-Arias, A Montoya-Restrepo, A.	ICI	-	-	17	Q4	38	2018
40	Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes.	Valencia-Arias, A., Cadavid, L., Ríos-Echeverri, D. C., Awad, G.	RVG	-	-	16	Q3	68	2012
41	COVID-19, educación en emprendimiento e intenciones de emprender: Factores decisivos en estudiantes universitarios.	Garcés, J. M., Omaña, S. D., Borja, W. S.	RCS	-	-	14	Q2	44	2021
42	Entrepreneurial intention in middle and high school students: Using the exposure effect to extend the theory of planned behaviour.	Osorio, F. F., Roldán, J. C. L.	CA	-	-	13	Q3	6	2015
43	Motivaciones de los estudiantes universitarios para continuar con su formación académica en programas de posgrado.	Chálela-Naffah, S., Valencia-Arias, A., Arango-Botero, D.	RLI	-	-	11	Q4	48	2017
44	Entrepreneurial intentions among engineering students: Applying a theory of planned behavior perspective.	Valencia-Arias, A., Restrepo, L. A. M.	PPSM	-	-	11	Q3	26	2020

45	Factores que influyen en la intención emprendedora de estudiantes de psicología de la modalidad virtual.	Valencia-Arias, A., Rodríguez-Correa P. A., Cárdenas-Ruiz J. A., Gómez-Molina, S.	RETOS	-	-	10	Q3	25	2022
46	Intention of green entrepreneurship among university students in Colombia.	Robayo-Acuña, P. V., Martínez-Toro, G.-M., Alvarez-Risco, A., ... Del-Aguila-Arcenales, S., Rojas-Osorio, M.	EFEP	-	-	8	Q4	11	2023
47	Tool for measuring the influence of the field of knowledge on entrepreneurial intention among university students.	Díez-Echavarría, L., Valencia-Arias, A., Bermúdez-Hernández, J.	PPSM	-	-	7	Q3	12	2020
48	Factores contextuales que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios venezolanos y colombianos.	Romero, J., Gutiérrez-Silva, J. M., Hernández-Fernández, L., & Portillo-Medina, R. A.	RCS	-	-	6	Q2	11	2021
49	Intención emprendedora de estudiantes universitarios de modalidad virtual.	Valencia-Arias, A., Gómez-Molina, S., Rodríguez-Correa, P., Benjumea-Arias, M.	FU	-	-	4	Q3	7	2022
50	Factores culturales que inciden en la creación de spin-off universitarias. Un estudio en una universidad pública colombiana.	Jiménez-Zapata, Y. A., Calderón-Hernández, G.	EG	-	-	3	Q3	22	2018
51	Entrepreneurial intention in vocational technical schools in emerging economies: a case study of Barranquilla, Colombia.	Ovallos-Gazabon, D., Puello-Pereira, N., Parra-Negrete, K., Martínez-Cueto, K.	CCIS	-	-	2	Q4	2	2021
52	Una mirada a las empresas de los estudiantes y egresados: el caso de la Universidad EAN.	Bernal, L. D. P., Cusi, M. L. A.	EG	-	Q3	1	Q4	30	2015
53	Is It Because I Can or Because of Who I Am? The Moderating Effect of Entrepreneurs' Social Identity on Entrepreneurial Self-Efficacy - Entrepreneurial Intention Relationship	González-Canosa, M. L., Osorio-Tinoco, F., Segura, J.-L. C., Krauss-Delorme, C., Pereira-Laverde, F.	JTMI	-	-	1	Q4	3	2023
54	Analysis of the influence of self-efficacy on entrepreneurial intentions.	Martínez-Campo, J. L.	PROS	-	-	-	-	118	2011
55	Las dimensiones culturales de Geert Hofstede y la intención emprendedora en estudiantes universitarios del departamento del Quindío (Colombia).	Tarapuez-Chamorro, E.	PYG	-	-	-	-	85	2016

56	Aspectos clave del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano.	Cristancho, G., Nico, F., Cancino, Y., Alfonso, L., Ochoa, P.	SMN	-	-	-	-	48	2021
57	Acercamiento a las características del universitario emprendedor en la Unidad de Emprendimiento Empresarial de la Universidad Nacional de Colombia.	Páez, D. P., García, J. C.	REAN	-	-	-	-	38	2011
58	Intención emprendedora de los empleados del sector privado de la ciudad de Medellín y su área metropolitana.	Hernández-López, D. M., Moncada-Toro, J. F., Henao-Colorado, L. C.	CEA	-	-	-	-	33	2018
59	Impacto de la norma social subjetiva en la intención de emprendimiento sostenible: un caso de estudio con estudiantes colombianos.	Gálvez-Albarracín, E. J., Guaña-Aguilar, R. A., & Pérez-Urbe, R. I.	REAN	-	-	-	-	18	2018
60	Intención emprendedora en Colombia: el caso de los estudiantes de Maestría en Administración.	Tarapuez-Chamorro, E., Flórez-Laiseca, A. M., & Giraldo-Correa, M. P.	REAN	-	-	-	-	11	2019
61	Relaciones entre las actitudes personales, las perspectivas externas, y las capacidades sobre intención emprendedora universitaria	Niño-Amézquita, D, Gutiérrez-Ayala, J. Blanco-Mesa, F.	REAN	-	-	-	-	1	2023
62	Entrepreneurial intention in young university students	Berrío-Calle, J.-E., Arango-Botero, D.	RIES	-	-	-	Q3	-	2023

R: Revista; CT_WoS: Citaciones Totales; Q: Cuartil; AP: Año Publicación; WoS: Web of Science; SC: Scopus; GA: Google Académico; ETP: Entrepreneurship Theory And Practice; IJEBR: International Journal Of Entrepreneurial Behavior & Research; IJME: International Journal Of Management Education; FT: Futures; ARLA: Academia-Revista Latinoamericana De Administración; JEEE: Journal Of Entrepreneurship In Emerging Economies; HESW: Higher Education Skills And Work-Based Learning; JIE: Journal Of International Entrepreneurship; JEB: Journal Of Education For Business; CG: Cuadernos De Gestión; UP: Universitas Psychologica; JSBED: Journal Of Small Business And Enterprise Development; EG: Estudios Gerenciales; IC: Intangible Capital; IJEM: International Journal Of Emerging Markets; SJM: Serbian Journal Of Management; PROS: Prospectiva; INTC: Intangible Capital; PYG: Pensamiento y Gestión; REE: Revista Electrónica Educare; RVG: Revista Venezolana de Gerencia; INN: Innovar; RLI: Revista Lasallista de Investigación; SMN: Suma de negocios; RCS: Revista de Ciencias Sociales; RUE: Revista Universidad y Empresa; ICI: Ingeniare Revista Chilena de Ingeniería; REAN: Revista EAN; JTMI: Journal of Technology Management & Innovation; CEA: Revista CEA; RETOS: RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía; IJEV: International Journal of Entrepreneurial Venturing; CA: Cuadernos de Administración; PPSM: Periódica Polytechnica, Social and Management Sciences; EFEP: Environmental Footprints and Eco-Design of Products and Processes; ETR: Education and Training; CBM: Cogent Business and Management; FU: Formación Universitaria; TECE: Tec Empresarial; SEE: Science and Engineering Etichs; JE: Journal of Entrepreneurship; CCIS: Communications in Computer and Information Science; JURA: Journal of Urban and Regional Analysis; SS: Sustainability; RIES: Revista Iberoamericana de Educación Superior; CUG: Cuadernos de Gestión.

Web of Science



Scopus

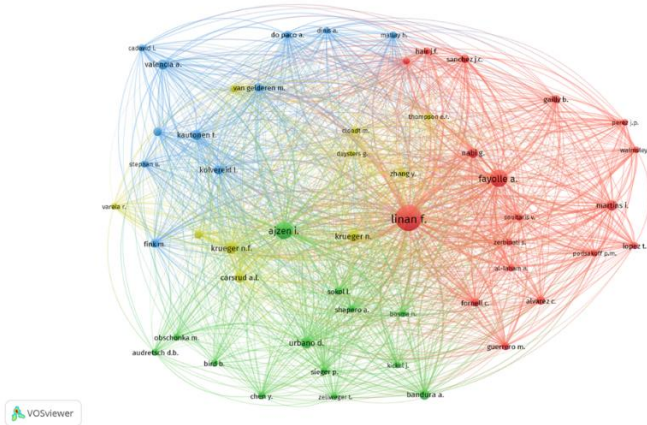


Figura 3. Mapeo de cocitaciones de artículos más citados.

Fuente: elaboración propia basada en WoS y Scopus usando VOSviewer. co_citacion_documents_2892 citations_83 papers.

3.3 Autores más productivos en educación superior e intención emprendedora en Colombia

Diversos autores han colaborado en el desarrollo de las investigaciones en intención emprendedora y educación superior en Colombia, generando un interés en el tema e incrementando su productividad. En la Tabla 6 se aprecian a los autores más productivos de esta temática, teniendo en cuenta las tres bases de datos analizadas (Web of Sciences, Scopus, Google Académico). En primer lugar, se destaca Valencia-Arias, quien tiene la mayor productividad en las tres bases de datos y cuenta con nueve publicaciones en el

Top 60, además, es el segundo artículo con más citas recibidas por parte de Google Académico.

Tabla 6. Autores más productivos en educación superior e intención emprendedora en Colombia.

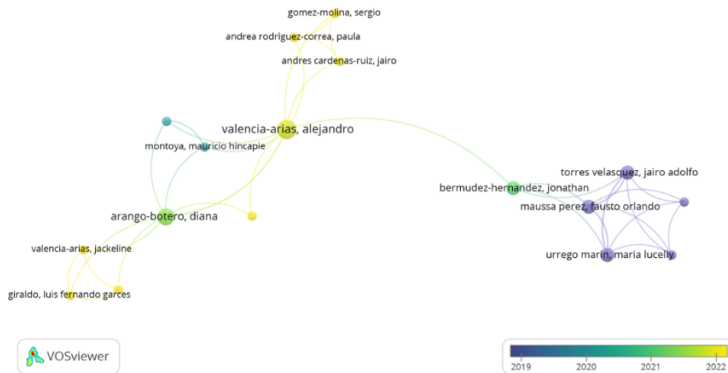
Autores	PT_WoS	H-WoS	TC_WoS	PT_SC	H-SC	TC-SC	PT_GA	H-GA	TC_GA	TOP60
Valencia-Arias, A.	8	9	233	6	15	1.097	7	40	4904	9
Martins, I.	7	6	190	6	7	264	-	20	831	3
Pozas-Pérez, J.	4	9	325	4	5	159	-	-	-	3
Osorio-Tinoco, F.	3	4	41	-	7	109	-	13	739	42
Arango-Botero, D.	3	4	49	-	6	107	-	8	351	27
Tarapuez-Chamorro, E.	3	1	5	3	3	48	6	15	1203	-
Maussa-Pérez, F. O.	2	2	19	-	-	-	-	3	147	-
Urbano, D.	1	44	6.835	-	48	9283	-	263	29976	12
Blanco-Mesa, F.	1	11	751	1	12	902	3	15	1413	-
Naranjo-Rivera, O.	1	1	2	-	-	-	-	2	74	-
Bermúdez-Hernandez, J.	-	0	0	3	6	173	-	14	665	0
Alvarez, C.	-	15	926	3	18	1256	-	36	3341	2
López, T.	-	3	66	2	4	88	-	5	195	2
Diez-Echavarría, L.	-	1	2	2	5	79	-	8	279	0
Benjumea-Arias, M.	-	2	18	2	7	157	-	-	-	2
Ávila, L.	-	-	-	1	1	4	-	-	-	0
Restrepo, I. M.	-	1	2	-	2	48	2	24	3056	1
Echeverri-Sánchez, L.	-	-	-	-	1	17	2	10	567	1
Benjumea-Arias, M. L.	-	2	18	-	7	156	2	12	794	2
Toro, J. F.	-	-	-	-	-	-	2	37	4137	1
Garcés, J. M.	-	-	-	-	-	-	1	11	1082	1
Martínez-Campo, J. L.	-	-	-	-	-	-	2	4	299	1
Cristancho, G. J.	-	-	-	-	-	-	1	7	183	1

Fuente: elaboración basada en WoS, Scopus y Google Académico. PT: Publicaciones totales; H: H-index; TC: Citaciones totales. A: Google Académico006F; Web of Science: WoS; SC: Scopus.

En la Figura 4 se presentan los clústeres de coautoría con brechas temporales, para Web of Science, que oscilan entre 2019 (color púrpura) y 2022 (color amarillo), y para Scopus, entre 2018 (color púrpura) y 2023 (color amarillo). Se puede apreciar a Valencia-Arias como uno de los nodos más grandes en las dos bases de datos. Además, de este nodo se desprenden otras líneas de coautoría, que incluyen a Bermúdez-Hernández y Arango-Botero, con participación en las dos bases de datos analizadas. Asimismo, se aprecian a Montoya, Torres y Cárdenas-Ruiz, como subnodos en la base de datos de Web of

Sciences. En cuanto a la base de datos de Scopus, se aprecia a Benjumea-Arias, Echeverri-Sánchez y Parra, como subnodos en coautoría. Este clúster identifica autores referentes a la temática investigada, lo que permite una mejor investigación.

Web of Science



Scopus

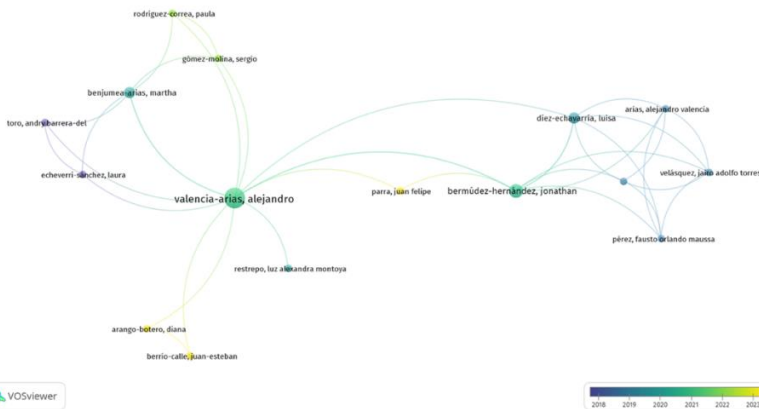


Figura 4. Mapeo de coautoría en colaboraciones.

Fuente: elaboración basada en WoS y Scopus usando VOSviewer.

El estudio de la intención emprendedora en los departamentos de Colombia es un tema relevante para comprender las dinámicas económicas y sociales del país. Analizar esta intención implica observar las motivaciones, desafíos y oportunidades que enfrentan los potenciales emprendedores en las diferentes regiones, puesto que cada departamento de Colombia presenta características únicas en términos de educación, cultura, acceso a

recursos, y apoyo institucional, influyendo en las tasas de emprendimiento con los diversos proyectos que se desarrollen. Teniendo en cuenta lo anterior, se llevó a cabo una revisión en cada base de datos y se identificaron cuáles son los departamentos en los que había mayor productividad en estudios sobre intención emprendedora, los cuales son: Antioquia, Cundinamarca y Valle del Cauca (Figura 5).

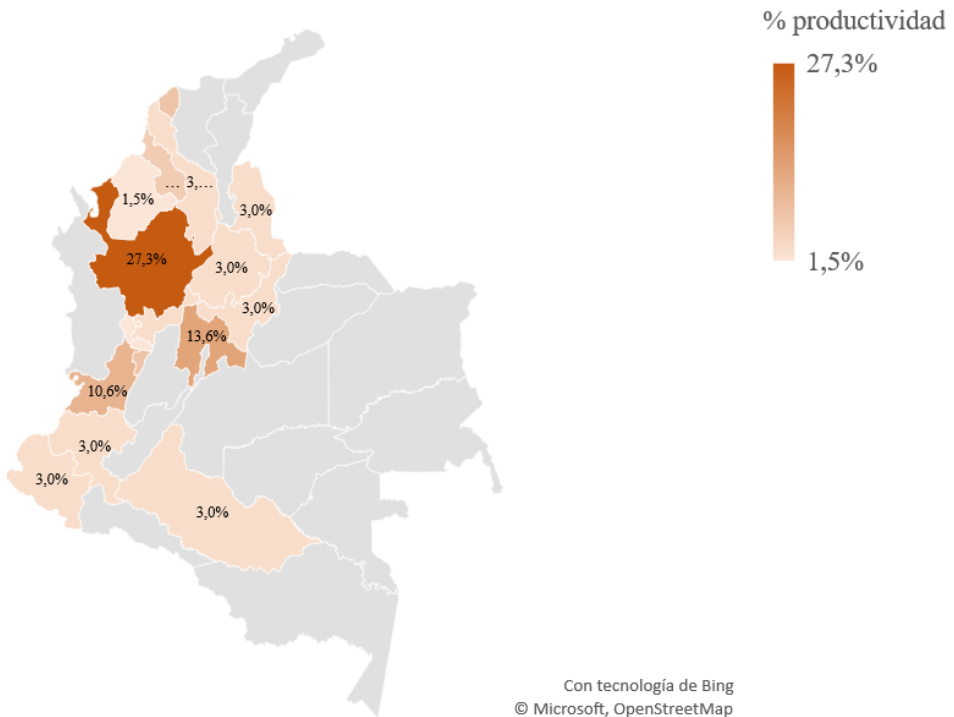


Figura 5. Departamentos en Colombia con más de publicaciones en intención emprendedora.

Fuente: elaboración basada en WoS.

Antioquia y, particularmente, su capital Medellín, es uno de los centros económicos más importantes en el país, gracias a su infraestructura educativa en donde se promueve activamente la investigación en emprendimiento, su economía diversificada, el apoyo gubernamental y la cultura emprendedora promueve la innovación y creación de nuevas empresas.

Por otro lado, Bogotá se destaca al posicionarse como una de las tres mejores ciudades para el desarrollo de *startups* en América Latina, al ser un epicentro de innovación y emprendimiento (Instituto industrial de turismo, 2024). En cuanto al Valle del Cauca, se ha posicionado como un ecosistema adecuado para el emprendimiento, al tener un potencial emprendedor en los futuros profesionales, convirtiéndolo en una ventaja comparativa donde sociedad, gobierno y empresa privada generan facilidades para el

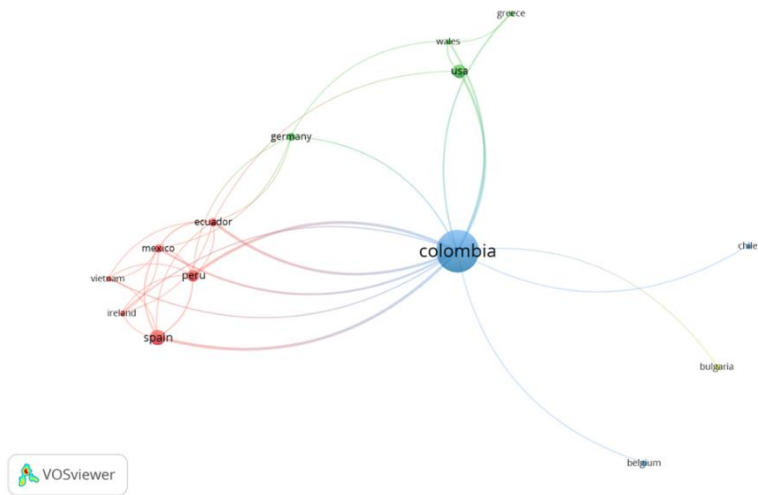
surgimiento de nuevas organizaciones con enfoque de vocaciones regionales (Gálvez-Albarracín et al., 2020).

Con el uso de VOSviewer y las bases WoS y Scopus se identifican las diferentes relaciones del estudio de intención emprendedora entre los diferentes países (ver Figura 6). En el caso de WoS, el país predominante es Colombia, compartiendo relación con dos nodos distintos destacando países como España y Estados Unidos, a) En color azul predomina Colombia, enlazando con países como Chile, b) En color rojo y, de mayor tamaño, se encuentra España, vinculándose con Perú, México y Ecuador, c) En color verde se distingue Estados Unidos, asociándose con Alemania y Grecia. Por otro lado, con la base de datos Scopus, a) En color rojo predomina, de igual manera, Colombia, relacionándose con países como México, Chile, Vietnam e Irlanda, b) En color verde resalta España, Ecuador y Perú y, c) En color azul se encuentran Estados Unidos y Reino Unido. En conclusión, al considerar las figuras, se puede apreciar que para las dos bases de datos, Colombia tiene una alta colaboración en estudios de intención emprendedora con países latinoamericanos cercanos a su zona geográfica, aunque también se hallaron conexiones con países europeos, pero no prevalece en gran medida cooperación.

En el contexto de este estudio se identificaron tres aspectos de particular relevancia: primero, las revistas que se destacan por publicar con mayor frecuencia en la temática abordada, segundo, el cuartil en el que se encuentran clasificadas estas revistas y, tercero, el H-índice que estas revistas poseen en Web of Science (WoS), Scopus y Google Académico. Finalmente, se considera para las revistas colombianas la calificación por el sistema de indexación y homologación de revistas especializadas en Publindex (ver Tabla 7). Con respecto a la productividad, se aprecia que las revistas *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *International Journal of Management Education*, *Cuadernos de Gestión y Estudios Gerenciales*, agrupan el mayor número de publicaciones. El enfoque de las dos primeras revistas está asociado con los emprendimientos en economías emergentes y el comportamiento emprendedor, y las siguientes, están orientadas a la educación en gestión, la administración y el ámbito de la gerencia. Continuando el aspecto de H-índice, se observa la calificación de cada base de datos para cada revista y de igual manera, su valoración en cuartiles, encontrando (teniendo en cuenta las revistas anteriores) las revistas *Entrepreneurship Theory and Practice*, *Sustainability* y *Futures*, que tienen valoraciones altas en las indexaciones.

En la Figura 7, es posible apreciar las relaciones entre las revistas. En la base de datos de Web of Sciences, se muestran tres revistas principales: a) *Entrepreneurship Theory and Practice*, b) *International Journal of Management Education*, y c) *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*; en la base de datos de Scopus se muestran como revistas principales: a) *International Entrepreneurship and Management Journal*, b) *Journal of Business Venturing* y c) *Small Business Economics*. La revista *International Journal of Management Education* (presentada en Web of Sciences como “int. Entrep. Manag”) tiene 14 documentos en el Top 60, lo que la hace referente con los artículos investigados más importantes con la temática.

Web of Science



Scopus

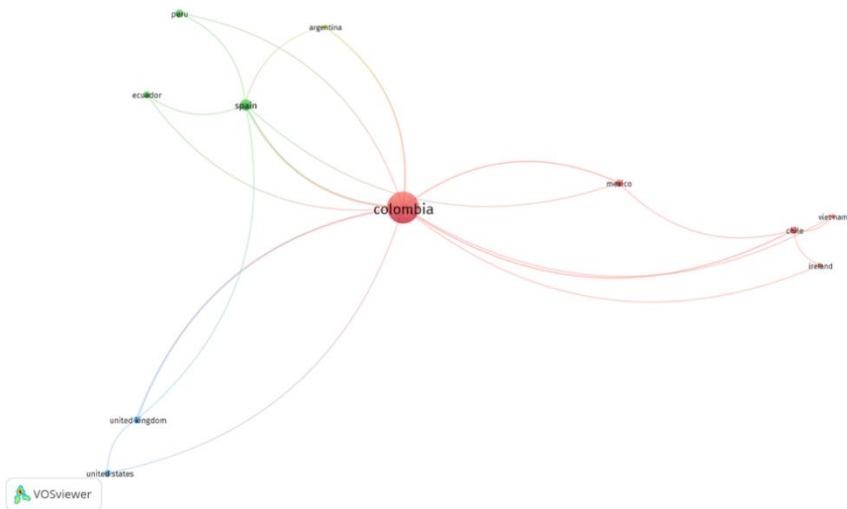
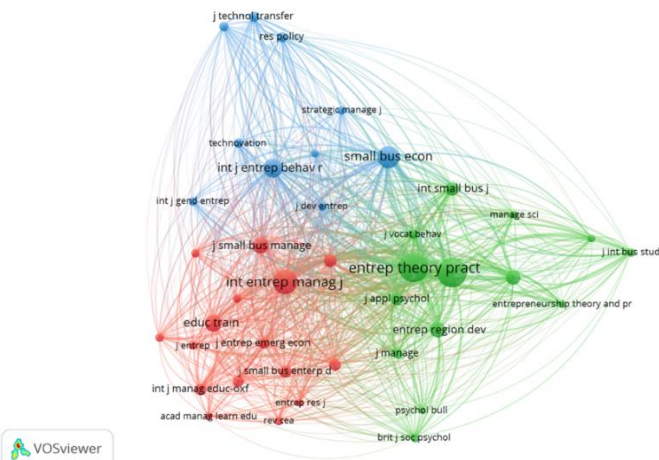


Figura 6. Mapeo de citas entre países.

Fuente: elaboración propia basada en WoS y Scopus.

Web of Science



Scopus

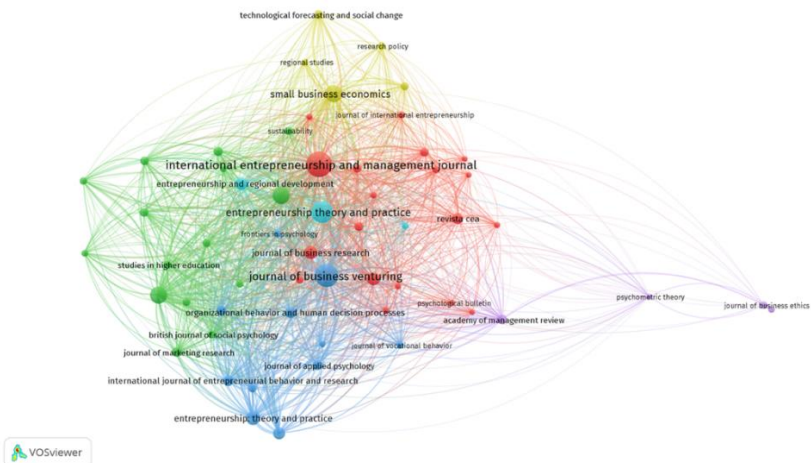


Figura 7. Mapeo de cocitaciones entre revistas.

Fuente: elaboración basada en WoS y Scopus.

Tabla 7. Revistas con más publicaciones en el campo.

N.	Revistas	Q_WS	H_WS	AP_WS	Q_SC	H_SC	AP_SC	H_GA	AP_GA	PUB	TOP_60
1	Journal Of Entrepreneurship in Emerging Economies	Q1	30	7	Q1	32	2	43	-	A1	23
2	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research	Q1	74	3	Q1	91	2	66	-	A1	8
3	International Journal of Management Education	Q1	51	3	Q1	53	-	61	-	A1	14
4	Cuadernos de Gestión	Q3	12	3	Q2	15	-	18	-	A2	34
5	Estudios Gerenciales	Q3	21	3	Q4	20	2	28	-	C	20
6	Revista Universidad Empresa	Q4	4	2	-	-	-	27	-	-	15
7	Revista Virtual Universidad Católica del Norte	Q3	7	2	-	-	-	29	-	B	0
8	Entrepreneurship Theory and Practice	Q1	187	1	Q1	198	-	75	-	A1	1
9	Futures	Q1	85	1	Q1	98	-	52	-	A1	12
10	Academia-Revista Latinoamericana de Administración	Q3	23	1	Q2	22	-	21	-	C	21
11	Journal of Technology Management and Innovation	-	-	-	Q4	35	3	-	-	C	18
12	Revista Espacios	-	-	-	Q3	27	3	59	-	-	0
13	Formación Universitaria	-	-	-	Q3	22	2	35	-	-	50
14	Estudios Gerenciales	Q3	21	3	Q4	20	2	28	-	C	20
15	Universitas Psychologica	Q4	29	1	Q4	31	1	19	-	B	30
16	Revista Universidad y Sociedad	Q4	8	1	Q3	11	1	64	-	-	0
17	TEC Empresarial	Q4	8	1	Q3	7	1	14	-	-	51
18	Sustainability	Q2	*	97	Q1	169	1	223	97	A1	56
19	Revista CEA	-	-	-	-	-	-	21	4	B	19
20	Revista de Ciencias Sociales	Q4	7	-	Q2	21	-	62	3	-	13
21	Revista Escuela de Administración de Negocios	-	-	-	-	-	-	67	2	B	0
22	Revista Ciencias Administrativas	-	-	-	-	-	-	27	1	C	0
23	Ingeniare	-	-	-	Q4	15	-	25	1	C	16
24	Innovar. Revista de ciencias administrativas y sociales	Q4	10	-	Q3	18	-	27	1	C	7
25	Intangible capital	Q4	21	-	Q3	22	-	-	-	B	3
26	Pensamiento & Gestión	-	-	-	-	-	-	16	-	-	0
27	Prospectiva	-	-	-	-	-	-	7	-	B	2
28	Retos. Revista de Ciencias de la Administración y Economía	Q2	9	-	Q3	9	-	33	-	A2	24

Fuente: elaboración propia basado en WoS, Scopus, Publindex. RI: Artículos publicados en la temática; H: H-index; SC: Scopus; WS: Web of Science; PUB: Publindex (Ene-Jun 2024) Q: Cuartil. *sin registro por límite de publicaciones.

En la Tabla 8 se aprecian las principales universidades que demuestran interés sobre la investigación de intención emprendedora en Colombia. Los tres primeros lugares corresponden a la Universidad EAFIT, al Instituto Tecnológico Metropolitano y a la Pontificia Universidad Javeriana, en las cuales se observa que tienen mayor participación en la base de datos de Web of Sciences, a comparación de las demás. Asimismo, es importante destacar a la Universidad Autónoma de Barcelona (España), siendo la única universidad no colombiana, que ha escrito sobre intención emprendedora en Colombia. Por otra parte, es primordial conocer de qué lugar se está discutiendo a profundidad la temática, ya que permite conocer qué universidades impulsan este tipo de investigación, teniendo en cuenta que puede ser de gran ayuda para futuras vinculaciones.

Tabla 8. Universidades que más publican en este campo.

N.º	Universidades	País	P_WoS	P_Scopus	P_Redalyc	QS
1	Universidad EAFIT	Colombia	8	8		731-740
2	Instituto Tecnológico Metropolitano	Colombia	7	8	7	-
3	Pontificia Universidad Javeriana	Colombia	4	-	-	347
4	Universidad del Quindío	Colombia	4	5	4	-
5	Universidad Nacional de Colombia	Colombia	4	4	2	226
6	Universidad de Antioquia	Colombia	4	-	-	701-710
7	Pontificia Universidad Javeriana, Cali	Colombia	4			347
8	Universidad del Rosario	Colombia	4			701-720
9	Universidad de Medellín	Colombia	3	3	-	1201-1400
10	Universidad Autónoma de Barcelona	España	3	-	-	269
11	Universidad Industrial de Santander	Colombia	3	-	1	1001-1200
12	Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia	Colombia	3	-	-	-
13	Corporación Universitaria Americana	Colombia	3	-	1	-
14	Universidad del Valle	Colombia	2	2	-	1001-1200
15	Universidad de los Andes	Colombia	2	-	-	198
16	Institución Universitaria Escolme	Colombia	2	-	-	-
17	Universidad de Manizales	Colombia	2			-
18	Fundación Universitaria Católica del Norte	Colombia	1	3	-	-
19	Corporación Universitaria Autónoma de Nariño	Colombia	1	-	-	-
20	Universidad Central	Colombia	1	-	-	-
21	Universidad Pontificia Bolivariana	Colombia	1	-	-	801-850
22	Universidad Autónoma del Caribe	Colombia	1	-	-	-
23	Universidad de Nariño	Colombia	1	-	-	-

Fuente: elaborado basado en WoS, Scopus, Redalyc y QS.

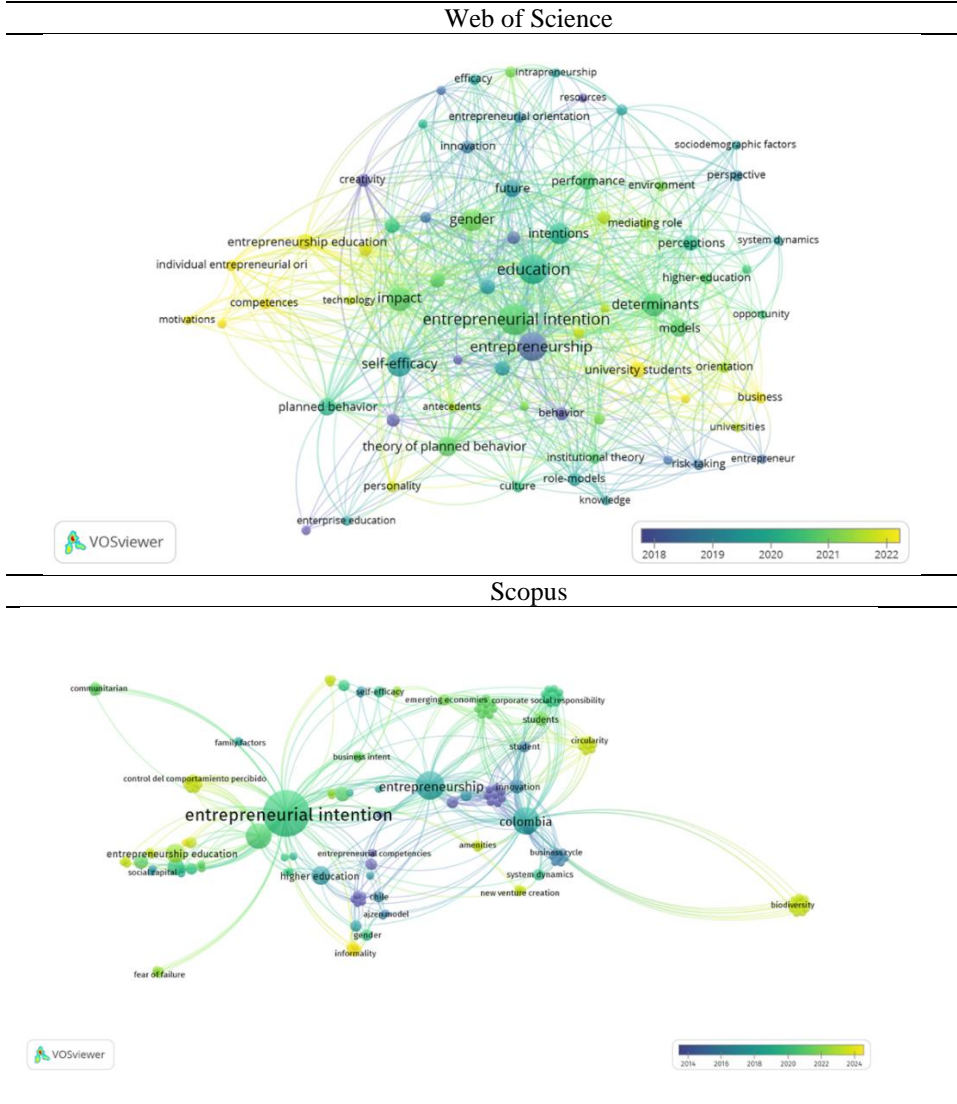


Figura 8. Mapeo de coocurrencia de palabras clave.

Fuente: elaborado basado en WoS y Scopus.

Para la identificación de las temáticas dentro del tema de investigación, es necesario tener en cuenta las palabras clave con las que se referencian los documentos. En la Figura 8 se puede observar que la palabra clave central es “*entrepreneurial intention*” (intención emprendedora). A partir de esta, se destacan otras palabras clave en Web of Sciences, Acpus y Google Académico como *entrepreneurship* (emprendimiento), *education* (educación), *self-efficacy* (autoeficacia), *theory of planned behavior* (teoría del

comportamiento planificado), *entrepreneurship education* (educación empresarial) y *university students* (estudiantes universitarios). Asimismo, se observa que existe una mínima relación con las palabras *amenities* (comodidades), *circularity* (circularidad), *fear of failure* (miedo al fracaso), *risk-taking* (toma de riesgos), *knowledge* (conocimiento), *perspective* (perspectiva) y *motivations* (motivaciones). Se puede observar que, al tener relación con estas palabras, existe una ampliación de la temática, lo que permite a los autores tener orientaciones diferentes sobre intención emprendedora.

Tabla 9. Palabras clave recurrentes en Google Académico.

Google Académico	N.
Intención emprendedora	15
Emprendimiento	17
Estudiantes universitarios	7
Creación de empresas	4
Intención empresarial	4
Teoría del comportamiento planeado	6
Motivaciones	3
Educación	1
Autoeficacia	1
Actitud emprendedora	1

Fuente: elaborado basado en Google Académico.

4 DISCUSIÓN

De acuerdo con los análisis bibliométricos, se observa un panorama general del campo de intención emprendedora. A partir de los resultados hallados y en lo respaldado por Araque-Geney y Álvarez-Contreras (2023) y Blanco-Mesa et al. (2023), existe una alta intención emprendedora que evidencia que los estudiantes universitarios desarrollan esta capacidad en concordancia con los estudios internacionales, lo que sugiere la existencia de un potencial significativo para el desarrollo del ecosistema emprendedor en el país. Dentro de los factores que influyen en la intención emprendedora de los estudiantes, se encuentran las actitudes hacia el emprendimiento, el cumplimiento de normas sociales y el control percibido sobre el comportamiento emprendedor, destacando características personales, así como experiencias previas y los entornos familiares (Dissanayake et al., 2022; Nabi et al., 2017; Thomas, 2022).

Otro aspecto importante que se ha observado en los resultados obtenidos en la investigación está relacionado con el rol de la educación en la intención emprendedora. Ahmed et al. (2020), Gómez-Núñez et al. (2024) y Souitaris et al. (2007), resaltan que los programas educativos que fomentan la creatividad, la innovación y el pensamiento crítico, así como la creación de espacios para el desarrollo de proyectos, deben ser una política inherente en las aulas que coincidan con el incremento significativo de esta intención. En contraste, los resultados de la bibliometría presentada en el estudio, conllevan servir como complemento de trabajos desarrollados por otros autores relacionados con la intención

empresarial. Alfaro-García et al. (2022), Blanco-Mesa et al. (2023), Niño-Amézquita et al. (2023), Ruiz-Alba et al. (2020) y Valencia-Arias et al. (2016), presentan unos trabajos en el marco de la intención emprendedora en jóvenes universitarios. Además, Jiménez-Zapata y Calderón-Hernández (2018), que asocian los factores culturales en la intención emprendedora, encuentran relaciones en los desafíos que enfrentan los estudiantes, como la falta de recursos financieros, la incertidumbre económica, la falta de conocimiento sobre el proceso emprendedor y el miedo al fracaso.

Por otra parte, Araya-Castillo y Pedreros-Gajardo (2013) se han enfocado en el análisis de las categorías de estudio, que incluyen los núcleos emprendedores. La asociación entre los modelos de estudio e intención emprendedora, que lo alinean con escenarios de análisis desde la parte socioeconómica y cultural, influye significativamente en la intención emprendedora. Factores como el nivel de desarrollo de la región, la cultura emprendedora y el acceso a redes de apoyo, pueden facilitar o dificultar el desarrollo de proyectos empresariales. Así mismo, Tarapuez-Chamorro et al. (2022) determinan su enfoque mediante una marcación orientada al género, la aplicación de teorías y motivaciones donde se evidencia la existencia de diferencias de género en la intención emprendedora, aunque estas diferencias están disminuyendo con el tiempo. Por ende, las mujeres emprendedoras enfrentan desafíos particulares, como la conciliación de la vida laboral y familiar y el acceso a financiamiento.

Considerando lo anterior, los resultados del estudio permiten evidenciar una amplia gama de estudios de intención emprendedora que utilizan diferentes escenarios de estudio, entre los que se encuentran la innovación, ideación, cultura y economía, que buscan la capacidad de acción para el fomento de ideas emprendedoras (Bravo-Bravo et al., 2021). Desde la perspectiva de Blanco-Mesa et al. (2023), se pueden identificar categorías de acción en el desarrollo de las intenciones emprendedoras como la educación, la ecología, la sustentabilidad y el entorno universitario, las cuales se configuran y alinean con el propósito de modelar las actitudes personales y las capacidades de acción que contribuyen de manera directa con la formación empresarial y, en consecuencia, reflejan un impacto positivo. Los estudios muestran la relevancia de la investigación en la intención de emprender y de los modelos de educación superior cuentan con un rol destacado para su fomento.

En este sentido, los resultados de investigación hacen énfasis en que la educación superior cuenta con un rol protagónico al cumplir una doble función, lo cual puede verse reflejado desde la perspectiva de Echeverri-Sánchez et al. (2018), quienes señalan que las universidades deben establecer un ambiente de inspiración en los estudiantes a emprender y, por otro lado, motivar desde un enfoque racional el proceso de emprendimiento. Los criterios antes mencionados, deben contribuir con el desarrollo emocional de las personas, que conllevan que se moldee su comportamiento de manera positiva en el propósito de querer o desear emprender. En consecuencia, se observan actitudes positivas en los estudiantes como la autoeficiencia, la confianza, la autoestima, entre otras, que son claves para el fomento de la capacidad de creer en sí mismos (Eniola, 2020; Moriano et al., 2012).

Si bien los estudios asociados con la intención emprendedora de los jóvenes universitarios señalan una linealidad entre los claustros universitarios y el estudiante para

dar inicio con el emprendimiento, es importante señalar que la motivación es un pilar clave que contribuye de manera directa con los aspectos racionales de las personas, lo que les permite mejorar las habilidades para ejecutar las tareas empresariales (Cristancho-Triana et al., 2021). Por lo tanto, se infiere que la intención emprendedora está ampliamente ligada con la educación en las aulas universitarias; esto se logra por medio de la creación de incubadoras de empresas, concursos de emprendimiento y programas de formación en emprendimiento, las universidades pueden apoyar a los estudiantes en la materialización de sus ideas de negocio.

En este sentido, se destaca que la educación superior enfrenta desafíos en el marco de la producción de publicaciones asociadas con intención emprendedora y, de igual manera, contribuir con la creación de escenarios que coincidan con el fortalecimiento de ideas de pensamiento y de emprendimiento, que sea coherente con aspectos culturales y de creencias de que emprender es una alternativa ampliamente viable como estilo de vida (Echeverri-Sánchez et al., 2018). Por lo tanto, se señala que la relación entre la educación y la formación en el espíritu emprendedor debe darse desde las aulas de clase; por ende, los programas deben inspirar e impulsar el pensamiento crítico de las personas, transformar estereotipos de desigualdad de género y, además, conllevar una igualdad de oportunidades para emprender (Cristancho-Triana et al., 2021; Echeverri-Sánchez et al., 2018).

Finalmente, en el proceso de análisis bibliométrico se logra identificar que un elemento fundamental de la intención emprendedora ocurre al interior de las universidades, dado que es un lugar de acumulación de conocimiento, recursos y capacidades, que promueve el intercambio y la transferencia de conocimientos y, crecimiento del capital relacional (Blanco-Mesa et al., 2023; Valencia-Arias et al., 2023). En este contexto, se deben buscar nuevas oportunidades para la transferencia de conocimiento a través de las experiencias al momento de emprender, esto contribuye con la creatividad, la solución de problemas, la creación de equipos y, esto conduce, de manera directa, al incremento del emprendimiento potencial como fuente de la creación de las nuevas empresas desde la oportunidad (Valencia-Arias et al., 2016).

Dentro del estudio, es importante destacar las limitantes, tales como la selección de la base de datos que cuentan con restricciones de indexación, lo que genera una desvinculación de estudios y la limitación de la visión de los fenómenos analizados en el documento relacionado con la intención emprendedora. Las implicaciones prácticas que se deben tenerse en cuenta, son los desafíos a los que se enfrenta la educación superior, que incluyen el fomento de investigaciones y el desarrollo de procesos de construcción de la intención emprendedora. Así mismo, los entornos de formación en emprendimiento deben diseñarse para facilitar el intercambio de saberes, conocimientos y experiencias, por medio de prácticas y de difusión de los tópicos analizados.

5 CONCLUSIONES

El estudio bibliométrico examina criterios sobre la intención emprendedora de estudiantes universitarios en Colombia, haciendo uso de información publicada en tres bases de datos: Web of Science, Scopus y Redalyc. Asimismo, se vinculó a Google Académico, a partir del cual se identificaron producciones documentales como publicaciones, revistas, autores, países y municipios para llevar a cabo el análisis de cocitaciones, coocurrencias, citaciones y coautorías. Estos escenarios permiten identificar que las perspectivas para el emprendimiento en Colombia son prometedoras. El creciente interés de los jóvenes por el emprendimiento, junto con el respaldo de las instituciones educativas, el sector privado y el gobierno, auguran un futuro positivo para el ecosistema emprendedor colombiano. De igual manera, se resalta la existencia de autores relevantes que aportan una dinámica significativa sobre la intención emprendedora en el país, destacando a Moriano, Naranjo y Ortiz, que consideran el tópico como un eje intrínseco en el desarrollo socioeconómico de las naciones y de las mismas universidades.

Los resultados de la investigación permiten establecer linealidades y perspectivas investigativas, tales como las actitudes personales observadas como un enfoque de moldeamiento, que pueden tener un impacto positivo en el fomento del emprendimiento en los estudiantes. De igual manera, se produce un fortalecimiento de las capacidades de acción de los universitarios en el enfoque empresarial, donde cuenta con las capacidades de desarrollo de la tarea que se le encomienda y, finalmente, se resalta la importancia que tienen los roles universitarios en la formación empresarial. Como resultado, se establece que la educación es un catalizador al momento de consolidar el desarrollo de la intención emprendedora a través de programas educativos enfocados en habilidades como la creatividad, la innovación y la resolución de problemas, que son fundamentales para fortalecer este espíritu.

Por lo tanto, es fundamental que se continúe contribuyendo en investigaciones asociadas o que sean afines con la intención emprendedora y, además, vinculen áreas de conocimiento y comportamiento tales como el género, la cultura y la inteligencia artificial, con un enfoque en educación superior en el ámbito de cocrear ambientes de aprendizaje para que se motive e inspire a las nuevas generaciones a emprender. Lo anterior ha demostrado ser un impulsor sociocultural que influye de manera positiva en la intención de iniciar un proyecto de empresa. Así mismo, es importante que se amplíen los estudios sobre nuevos retos y tendencias, siendo necesario implementar programas con enfoque de equidad de género en el emprendimiento. Esto debe ir de la mano con el respaldo gubernamental para crear un ecosistema emprendedor sólido, que brinde a los estudiantes las herramientas, el apoyo y las oportunidades necesarias para convertir sus ideas en negocios exitosos.

CONTRIBUCIONES DE LOS AUTORES

Leonardo Páez: conceptualización, metodología, validación, redacción. Danna Suárez Gómez: metodología, análisis formal, redacción. Laura Hernández Moreno: metodología, análisis formal, redacción. Fabio Blanco Mesa: validación, redacción-revisión. Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito.

FINANCIACIÓN

Esta investigación fue soportada por la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, código SGI-3778 y la Red Sistemas Inteligentes y Expertos Modelos Computacionales Iberoamericanos (SIEMCI), proyecto número 522RT0130 en el Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo (CYTED).

DECLARACIÓN DE DISPONIBILIDAD DE DATOS

Los datos expuestos en esta investigación están disponibles en la base de datos Web of Science, Scopus, Redalyc y Google Académico.

CONFLICTOS DE INTERESES

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

REFERENCIAS

- Ahmed, T., Chandran, V. G. R., Klobas, J. E., Liñán, F., & Kokkalis, P. (2020). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. *The International Journal of Management Education*, 18(1), 100327. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2019.100327>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior1. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665–683. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2004). The Influence of Attitudes on Behavior. In D. Albarracín, B. T. Johnson, & M. P. Zanna (Eds.), *The handbook of Attitudes* (pp. 173–221). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. <http://people.umass.edu/aizen/handbook.html>
- Alfaro-García, V. G., Blanco-Mesa, F., & León Castro, E. (2022). Entrepreneurial intention a bibliometric approach. *Cuadernos de Gestión*, 22(2), 139–153. <https://doi.org/10.5295/CDG.211558EL>
- Alonso, S., Cabrerizo, F. J., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2009). H-Index: A review focused in its variants, computation and standardization for different scientific fields. *Journal of Informetrics*, 3(4), 273–289. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2009.04.001>
- Araque-Geney, A. E. y Álvarez-Contreras, D. E. (2023). Gestión estratégica de los emprendimientos femeninos del sector artesanal, priorizado en la ruta competitiva del

- departamento de Sucre. *Revista CEA*, 9(21), e2467–e2467. <https://doi.org/10.22430/24223182.2467>
- Araya-Castillo, L. y Pedreros-Gajardo, M. (2013). Análisis de las teorías de motivación de contenido: una aplicación al mercado laboral de Chile del año 2009. *Revista de Ciencias Sociales*, IV (142), 45–61. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15333870004>
- Arias, A. V., Cadavid, L., Echeverri, D. C. R. y Awad, G. (2012). Factores que inciden en las intenciones emprendedoras de los estudiantes. *Revista Venezolana de Gerencia*, 17(57), 132–148. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29021992008>
- Ballardo-Cárdenas, D., León-Castro, E., Blanco-Mesa, F., & Martínez-Huerta, R. (2022). A Bibliometric Analysis on Innovation Management Research. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 337, 275–308. https://doi.org/10.1007/978-3-030-96150-3_17
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37(2), 122–147. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.37.2.122>
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2012). Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 18(2), 132–138. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)70003-5](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)70003-5)
- Barba-Sánchez, V., Mitre-Aranda, M., & Brío-González, J. del. (2022). The entrepreneurial intention of university students: An environmental perspective. *European Research on Management and Business Economics*, 28(2), 100184. <https://doi.org/10.1016/J.IEDEEN.2021.100184>
- Bar-Ilan, J. (2008). Which h-index? A comparison of WoS, Scopus and Google Scholar. *Scientometrics*, 74(2), 257–271. <https://doi.org/10.1007/s11192-008-0216-y>
- Blair, C. A., & Shaver, K. G. (2020). Of horses and jockeys: Perceptions by academic entrepreneurs. *Entrepreneurship Research Journal*, 10(2). <https://doi.org/10.1515/ERJ-2019-0011/PDF>
- Blanco-Mesa, F., León-Castro, E. y Fernández-Samacá, D. (2023). Intención emprendedora y educación superior: Un enfoque bibliométrico. *Revista CEA*, 9(20), e2465. <https://doi.org/https://doi.org/10.22430/24223182.2465>
- Blanco-Mesa, F., León-Castro, E., & Merigó, J. M. (2019). A bibliometric analysis of aggregation operators. *Applied Soft Computing*, 81, 105488. <https://doi.org/10.1016/J.ASOC.2019.105488>
- Blanco-Mesa, F., Merigó, J. M., & Gil-Lafuente, A. M. (2017). Fuzzy decision making: a bibliometric-based review. *Journal of Intelligent & Fuzzy Systems*, 32(3), 2033–2050.
- Blanco-Mesa, F., Niño-Amézquita, D., & Gutiérrez-Ayala, J. (2023). Entrepreneurial intention among Colombian university students: A theory of planned behavior analysis in Colombia. *Cuadernos de Gestión*, 21(2), 1–12. <https://doi.org/10.5295/cdg.221858fb>

- Bravo-Bravo, O., Bravo-Bravo, M. X., Preciado, J. y Mendoza, M. (2021). Educación para el emprendimiento y la intención de emprender. *Revista Economía y Política*, 2021(33), 1–17. <https://doi.org/10.25097/rep.n33.2021.08>
- Bustamante, J., Castro, R. P., & Izquierdo, E. (2022). From entrepreneurial intention to behaviour: the influence of a cross-cultural factor. *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 14(6), 645. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2022.128060>
- Carsrud, A., & Brännback, M. (2011). Entrepreneurial Motivations: What Do We Still Need to Know? *Journal of Small Business Management*, 49(1), 9–26. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2010.00312.x>
- Clarivate. (2023). *Web of Science Coverage Details*. LibGuides. <https://clarivate.libguides.com/librarianresources/coverage>
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011a). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(7), 1382–1402. <https://doi.org/10.1002/asi.21525>
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011b). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(7), 1382–1402. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/asi.21525>
- Collins, C. J., Hanges, P. J., & Locke, E. A. (2004). The relationship of achievement motivation to entrepreneurial behavior: A meta-analysis. *Human Performance*, 17(1), 95–117. https://doi.org/10.1207/S15327043HUP1701_5
- Cristancho-Triana, G. J., Ninco-Hernández, F. A., Cancino-Gómez, Y. A., Alfonso-Orjuela, L. C., Ochoa-Daza, P. E. (2021). Aspectos clave del plan de negocios para emprender en el contexto colombiano. *Suma de Negocios*, 12(26), 41–51. <https://doi.org/10.14349/SUMNEG/2021.V12.N26.A5>
- Dissanayake, H., Iddagoda, A., & Popescu, C. (2022). Entrepreneurial Education at Universities: A Bibliometric Analysis. *Administrative Sciences*, 12(4). <https://doi.org/10.3390/admsci12040185>
- Dragin, A. S., Mijatov, M. B., Ivanović, O. M., Vuković, A. J., Džigurski, A. I., Košić, K., Knežević, M. N., Tomić, S., Stankov, U., Vujičić, M. D., Stojanović, V., Bibić, L. I., Đerčan, B., & Stoilković, A. (2022). Entrepreneurial intention of students (managers in training): Personal and family characteristics. *Sustainability*, 14(12), 7345. <https://doi.org/10.3390/SU14127345>
- Echeverri-Sánchez, L., Valencia-Arias, A., Benjumea-Arias, M., Barrera-Del Toro, A. (2018). Factores que inciden en la intención emprendedora del estudiantado universitario: Un análisis cualitativo. *Revista Electrónica Educare*, 22(2), 160–178. <https://doi.org/10.15359/REE.22-2.10>

- Eniola, A. A. (2020). Entrepreneurial self-efficacy and orientation for SME development. *Small Enterprise Research*, 27(2), 125–145. <https://doi.org/10.1080/13215906.2020.1752295>
- Esfandiar, K., Sharifi-Tehrani, M., Pratt, S., & Altinay, L. (2019). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*, 94, 172–182. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2017.10.045>
- Fayolle, A., & Liñán, F. (2014). The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 67(5), 663–666. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2013.11.024>
- Fayolle, A., Liñán, F., & Moriano, J. A. (2014). Beyond entrepreneurial intentions: values and motivations in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(4), 679–689. <https://doi.org/10.1007/s11365-014-0306-7>
- Gálvez-Albarracín, É. J., Guauña-Aguilar, R. A. y Ravina-Ripoll, R. (2020). Actitud e intención emprendedora en estudiantes de administración de empresas y de contaduría pública. *Universidad & Empresa*, 22(38), 79–105.
- Gaviria-Marín, M. (2021). Bibliometría y empresa. Un reto para los investigadores. *Inquietud Empresarial*, 21(1), I–III. <https://doi.org/10.19053/01211048.12931>
- Georgescu, M. A., & Herman, E. (2020). The impact of the family background on students' entrepreneurial intentions: An empirical analysis. *Sustainability 2020*, Vol. 12, Page 4775, 12(11), 4775. <https://doi.org/10.3390/SU12114775>
- Gera, N., Vesperi, W., Rohatgi, S., & Jain, N. (2024). The impact of education on the transition from university students to entrepreneurs: a theory of planned behaviour perspective. *Management Decision*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/MD-10-2023-1772/FULL/PDF>
- Gómez-Núñez, L., Llanos-Martínez, M., Hernández-Rico, T., Mejía-Rodríguez, D., Heilbron-López, J., Martín-Gallego, J., Mendoza-Soto, J. y Senior-Roca, D. (2024). Competencias emprendedoras en Básica Primaria: Hacia una educación para el emprendimiento. *Revista Científica Pensamiento y Gestión*, 43, 150–180. <https://doi.org/10.14482/PEGE.43.10587>
- Hessels, J., van Gelderen, M., & Thurik, R. (2008). Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers. *Small Business Economics*, 31(3), 323–339. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9134-x>
- Hofstede, G., Noorderhaven, N. G., Thurik, A. R., Uhlaner, L. M., R. M. Wennekers, A., & Wildeman, R. E. (2004). Culture's role in entrepreneurship: self-employment out of dissatisfaction. In T. Brown & J. Ulijn (Eds.), *Innovation, Entrepreneurship and Culture: The Interaction between Technology, Progress and Economic Growth* (pp. 162–203). Edward Elgar Publishing Ltd. <https://doi.org/10.4337/9781845420550.00014>

- Hu, G., Wang, L., Ni, R., & Liu, W. (2020). Which h-index? An exploration within the Web of Science. *Scientometrics*, *123*(3), 1225–1233. <https://doi.org/10.1007/S11192-020-03425-5/METRICS>
- Iglesias-Sánchez, P. P., Jambrino-Maldonado, C., & Velasco, A. P. (2016). Impact of entrepreneurship programmes on university students. *Education + Training*, *58*(2), 209–228. <https://doi.org/10.1108/ET-01-2015-0004>
- Jiménez-Zapata, Y. A. y Calderón-Hernández, G. (2018). Factores culturales que inciden en la creación de spin-off universitarias. Un estudio en una universidad pública colombiana. *Estudios Gerenciales*, *34*(148), 320–335. <https://doi.org/10.18046/J.ESTGER.2018.148.2595>
- Johannisson, B. (1991). University training for entrepreneurship: Swedish approaches. *Entrepreneurship & Regional Development*, *3*(1), 67–82. <https://doi.org/10.1080/08985629100000005>
- Kromidha, E., Altinay, L., Kinali Madanoglu, G., Nurmagambetova, A., & Madanoglu, M. (2022). Cultural intelligence, entrepreneurial intentions and the moderating role of the institutional environment. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, *28*(6), 1581–1608. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-02-2022-0109/FULL/PDF>
- Leiden University. (2015). VOSviewer - Publications. In *VOSviewer Scientific Landscapes*. http://www.vosviewer.com/Publications%7B#%7DApplied%7B_%7Dpublications
- Leiva, J. C., Mora-Esquivel, R., Krauss-Delorme, C., Bonomo-Odizzio, A., & Solís-Salazar, M. (2021). Entrepreneurial intention among Latin American university students. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, *ahead-of-p*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/ARLA-05-2020-0106>
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *11*(4), 907–933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Liu, W. (2019). The data source of this study is Web of Science Core Collection? Not enough. *Scientometrics* *2019* *121*:3, *121*(3), 1815–1824. <https://doi.org/10.1007/S11192-019-03238-1>
- López-Herrera, A. G., Cobos, M. J., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2009). Visualization and evolution of the scientific structure of fuzzy sets research in Spain. *Information Research*, *14*(4), 1–23.
- Martínez-Lobo, A. del P. y Martínez-Romero, B. (2022). Bases de datos académicas-científicas, su uso para el desarrollo de la investigación y producción de las IES en el sector aeronáutico en Colombia. *Ciencia y Poder Aéreo*, *17*(2), 146–156. <https://doi.org/10.18667/cienciaypoderaereo.736>

- Martínez, M. A., Herrera, M., López-Gijón, J., & Herrera-Viedma, E. (2013). H-Classics: characterizing the concept of citation classics through H-index. *Scientometrics*, 98(3), 1971–1983. <https://doi.org/10.1007/s11192-013-1155-9>
- Moriano, J. A., Topa, G., Molero, F., Entenza, A. M. y Mangin, J. P. L. (2012). Autoeficacia para el Liderazgo Emprendedor. Adaptación y validación de la escala CESE en España. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 28(1), 171–179. <https://doi.org/10.6018/ANALESPPS>
- Motta, V. F., & Galina, S. V. R. (2023). Experiential learning in entrepreneurship education: A systematic literature review. *Teaching and Teacher Education*, 121, 103919. <https://doi.org/10.1016/J.TATE.2022.103919>
- Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51–75. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00039-7](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00039-7)
- Nabi, G., Liñán, F., Fayolle, A., Krueger, N., & Walmsley, A. (2017). The impact of entrepreneurship education in higher education: A systematic review and research agenda. *Academy of Management Learning & Education*, 16(2), 277–299. <https://doi.org/10.5465/AMLE.2015.0026>
- Naranjo-Pereira, L. M. (2009). Motivación: perspectivas teóricas y algunas consideraciones de su importancia en el ámbito educativo. *Revista Educación*, 33(2), 153–170. <https://doi.org/10.15517/REVEDU.V33I2.510>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110, 403–419. <https://doi.org/10.1016/J.JVB.2018.05.012>
- Niño-Amézquita, D., Gutiérrez-Ayala, J. y Blanco-Mesa, F. (2023). Relaciones entre las actitudes personales, las percepciones externas y las capacidades sobre la intención emprendedora universitaria. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 94. <https://doi.org/10.21158/01208160.N94.2023.3639>
- Parra-Bernal, L. D., & Argote-Cusi, M. L. (2015). Factors related to companies with growth potential at EAN University. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 23(2), 97–108. <https://doi.org/10.18359/RFCE.1609>
- Ortiz-Riaga, C., Duque-Orozco, Y. V. y Camargo-Mayorga, D. (2008). Una revisión a la investigación en emprendimiento femenino. *Revista de La Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, XVI (1), 85–104. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90916107>
- Rodríguez-Sabiote, Úbeda-Sánchez, C. y Álvaro-Manuel. (2019). Análisis bibliométrico a través de indicadores de calidad metodológica de las revistas españolas de educación indizadas en JCR durante el trienio 2014-2016. *RELIEVE - Revista Electrónica de*

- Investigación y Evaluación Educativa*, 25(1), 1–7.
<https://doi.org/10.7203/RELIEVE.25.1.12771>
- Ruiz-Alba, J. L., Guzmán-Parra, V. F., Vila-Oblitas, J. R., & Morales-Mediano, J. (2020). Entrepreneurial intentions: a bibliometric analysis. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(1), 121–133. <https://doi.org/10.1108/JSBED-07-2019-0221>
- Salas-Rodríguez, F. y Lara, S. (2020). Mapeo sistemático de la literatura sobre la eficacia colectiva docente. *Revista Interuniversitaria de Formación Del Profesorado. Continuación de La Antigua Revista de Escuelas Normales*, 34(2), 11–36. <https://doi.org/10.47553/RIFOP.V34I2.77678>
- Sánchez, J. C. (2011). University training for entrepreneurial competencies: Its impact on intention of venture creation. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 239–254. <https://doi.org/10.1007/S11365-010-0156-X/METRICS>
- Sánchez, J. C., Aldana, R., De Dios, S. y Yurrebaso, A. (2012). Autoeficacia y apoyo social en la intención emprendedora. *International Journal of Developmental and Educational Psychology INFAD Revista de Psicología*, N°1, 4(1), 511–520.
- Sánchez, M. V. G. y Cancino, J. L. T. (2013). Los mapas bibliométricos o mapas de la ciencia: una herramienta útil para desarrollar estudios métricos de información. *Biblioteca Universitaria*, 16(2), 95–108. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28529572002>
- Sesen, H. (2013). Personality or environment? A comprehensive study on the entrepreneurial intentions of university students. *Education + Training*, 55(7), 624–640. <https://doi.org/10.1108/ET-05-2012-0059/FULL/PDF>
- Solano-López, E., Castellanos-Quintero, S. J., López-Rodríguez del Rey, M. M. y Hernández-Fernández, J. I. (2009). La bibliometría: una herramienta eficaz para evaluar la actividad científica postgraduada. *MediSur*, 7(4), 59–62. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2009000400011&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566–591. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSVENT.2006.05.002>
- Tarapuez-Chamorro, E., Aristizábal-Tamayo, J. M., Monard-Blandón, C. (2018). Aspectos sociodemográficos y familiares e intención empresarial en estudiantes de Maestría en Administración en Colombia. *Estudios Gerenciales*, 34(149), 422–434. <https://doi.org/10.18046/J.ESTGER.2018.149.2757>
- Tarapuez-Chamorro, E., Guzmán-Díaz, B. E. y Parra-Hernández, R. (2022). La intención emprendedora de los científicos universitarios en Colombia. *Revista CEA*, 8(17), e2013. <https://doi.org/10.22430/24223182.2013>

- Thomas, O. (2022). Entrepreneurship education: Which educational elements influence entrepreneurial intention? *Https://Doi.Org/10.1177/09504222221121065*. <https://doi.org/10.1177/09504222221121065>
- Trimi, S., & Berbegal-Mirabent, J. (2012). Business model innovation in entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8(4), 449–465. <https://doi.org/10.1007/s11365-012-0234-3>
- Urpí, M. (2010). Reseña de “Teoría de la Educación. Un análisis epistemológico” de Concepción Naval Durán. *Perfiles Educativos*, XXXII (127), 164–168. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13211845011>
- Valadez-Solana, B. D., Cruz-Cabrera, B. C., Huesca-Gastélum, M. I. y Castillo-Leal, M. (2023). Emprendimiento social e innovación social: un análisis bibliométrico. *Inquietud Empresarial*, 23(2), e15874–e15874. <https://doi.org/10.19053/01211048.15874>
- Valdez-Juárez, L. E., & García-Pérez-de-Lema, D. (2023). Creativity and the family environment, facilitators of self-efficacy for entrepreneurial intentions in university students: Case ITSON Mexico. *The International Journal of Management Education*, 21(1), 100764. <https://doi.org/10.1016/J.IJME.2023.100764>
- Valencia-Arias, A., Montoya-Restrepo, I. A. y Montoya-Restrepo, L. A. (2016). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un estudio bibliométrico. *Intangible Capital*, 12(4), 881–922. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5663338&info=resumen&idioma=ENG>
- Valencia-Arias, A., Berrío-Calle, J. E. y Arango-Botero, D. (2023). Intención emprendedora en jóvenes universitarios. *Revista Iberoamericana de Educación Superior (RIES)*, XIV (39), 41–54. <https://www.redalyc.org/journal/2991/299176357003/html/>
- van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>
- Vera-Baceta, M.-A., Thelwall, M., & Kousha, K. (2019). Web of Science and Scopus language coverage. *Scientometrics*, 121(3), 1803–1813. <https://doi.org/10.1007/s11192-019-03264-z>