

INTENCIÓN EMPRENDEDORA SOCIAL: UN ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO

SOCIAL ENTREPRENEURIAL INTENTION: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS

Edurne Zubiria-Ferriols (Universitat Jaume I, España)*¹

Teresa Martínez Fernández (Universitat Jaume I, España)²

Mercedes Segarra Ciprés (Universitat Jaume I, España)³

Resumen

Recientemente se observa un aumento en el interés por el emprendimiento social como fenómeno que aborda la resolución de problemas sociales como un aspecto central dentro del mundo empresarial. En la academia también se ve reflejado este interés, a través del aumento significativo de investigaciones sobre Intención Emprendedora Social (IES).

Con el propósito de contribuir en la revisión de la producción científica sobre IES, el objetivo de este trabajo es realizar un análisis bibliométrico sobre esta temática, abarcando las publicaciones existentes hasta 2023 y realizando un análisis de rendimiento y de mapas científicos mediante el software VOSviewer.

La revisión realizada se basa en 377 artículos publicados en revistas indexadas en Web of Science y en Scopus. Los resultados confirman, por un lado, un interés creciente por el tópico en cuestión, fundamentalmente en revistas del área de las Ciencias Sociales. Por otro lado, este interés se muestra en multitud de países, siendo China, seguido de Estados Unidos los principales países en el ranking de contribuciones. Del análisis relacional se desprende la existencia de una red dispersa en autoría, salvo aquellas lideradas por los autores más prolíficos. Finalmente, el análisis de coocurrencia obtiene una red nodal con 6 clústeres, destacando el contexto educativo como recurrente, con la Teoría del Comportamiento Planificado y el Modelo de Mair y Noboa como enfoques prevalentes. Además, resaltan la importancia de variables personales en las personas emprendedoras y la relevancia de abordar preocupaciones sociales como la Covid-19 y la sostenibilidad.

Palabras clave: intención emprendedora social, análisis bibliométrico, VOSviewer, modelos de intención emprendedora social.

Clasificación JEL: L26, M13

* Autora de correspondencia: zubiria@uji.es

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9754-7891>

² ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0556-5409>

³ ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1359-2159>

Abstract

Recently, there has been an increase in interest in social entrepreneurship as a phenomenon that addresses the resolution of social problems as a central aspect of business. This interest is also reflected in academia, through the significant increase in research on Social Entrepreneurship Intentions (SEI).

With the purpose of contributing to the review of scientific production on SEI, the objective of this work is to carry out a systematic review of the literature on this topic, covering publications to 2023 and carry out an analysis of performance and scientific maps using the VOSviewer software.

The review carried out is based on 377 articles published in journals indexed in Web of Science and Scopus. The results confirm both a growing interest in the topic in question, mainly in Social Science journals, and that the interest is shown in a multitude of countries, with China, followed by the United States as the main countries in the ranking of contributions. From the relational analysis, the existence of a dispersed authorship network emerges, except for those ones led by the most prolific authors. Finally, the keyword concurrency analysis obtains a nodal network with 6 clusters, highlighting the educational context as recurrent, with the Theory of Planned Behavior and the Mair and Noboa Model as prevalent approaches. In addition, they highlight the importance of personal variables in entrepreneurs and the relevance of addressing social concerns such as Covid-19 and sustainability.

Keywords: social entrepreneurial intention, bibliometric analysis, vosviewer, social entrepreneurial intention models.

JEL Classification: L26, M13

1. INTRODUCCIÓN

Recientemente se aprecia un interés por el estudio del impacto que el emprendimiento tiene en la sociedad, debido al crecimiento de los problemas sociales relacionados con el cambio climático, la pobreza, el desempleo, las crisis migratorias o las emergencias sanitarias, entre otros (Tan *et al.*, 2020). Bajo esta coyuntura, proliferan los emprendedores sociales, es decir, aquellas personas emprendedoras que siguen una lógica empresarial de forma novedosa para mejorar la situación de segmentos de la población excluidos, marginados o que sufren y que ellos mismos no son capaces de cambiar esta situación (Saebi *et al.*, 2019). Los empresarios sociales se definen típicamente como empresarios cuyo objetivo principal es abordar problemas y proporcionar beneficios sociales a los necesitados, incluidos los miembros desfavorecidos de las comunidades locales y mundiales (Mair y Martí, 2006; Peredo y McLean, 2006). Este tipo de emprendedores llevan a cabo una serie de acciones encaminadas a crear empresas sociales, esto es, desde la identificación de oportunidades para la innovación social hasta la generación de ingresos con propósitos altruistas o la creación y gestión de empresas sociales (Dees, 2012; Defourny y Nyssens, 2010). Como en cualquier actividad económica, para los emprendedores sociales también es necesario obtener una ganancia o beneficio, pero no con el objetivo de repartir dividendos, sino de posibilitar una reinversión que permita la mejora continua de la actividad y, al mismo tiempo, una autosuficiencia financiera que no le haga depender de ayudas públicas o dinero filantrópico (Yunus, 2011). La comprensión de los fundamentos que subyacen a las intenciones de emprendimiento social es crucial para las personas que trabajan en política y en educación, que quieren motivar a más personas a participar en esta forma de emprender (Hockerts, 2017).

El estudio de la formación del comportamiento emprendedor es un aspecto crucial en la literatura de emprendimiento, siendo la intención emprendedora uno de los mejores predictores de este comportamiento (Ajzen, 1991; Liñán y Fayolle, 2015). En el contexto del emprendimiento social, la intención emprendedora social (IES), referida a la creencia, el deseo y la determinación de una persona por establecer una nueva empresa social, ha sido identificada como un aspecto central en la decisión de adoptar un rol de emprendedor social (Tran y Korfflesch, 2017). Por lo que el estudio de la producción científica sobre IES puede ofrecer un marco sólido para futuros trabajos, así como una mejor comprensión de los factores relacionados con la IES.

Aunque en los últimos 10 años ha habido un aumento en los trabajos sobre la IES, las revisiones bibliométricas son escasas, tal y como se desprende de la revisión de la literatura llevada a cabo en este trabajo, siendo la revisión más destacada la de Tan *et al.* (2020), que abarca el periodo de 2010 a 2018. Los datos recopilados en la presente investigación revelan un notable aumento en las publicaciones sobre IES, habiéndose triplicado en los últimos 5 años. Este fenómeno subraya la necesidad de llevar a cabo análisis bibliométricos y de contenido para estructurar y organizar la literatura existente. Así, se consigue también no duplicar esfuerzos y que la acumulación de conocimiento sobre el tópico crezca de forma ordenada. La finalidad de estos análisis es identificar las líneas de investigación relevantes, los principales gaps de la literatura y anticipar posibles líneas de investigación futuras. De esta manera, este trabajo espera contribuir en el progreso del estudio de la IES. En esta línea, este trabajo pone de manifiesto la existencia de seis grupos temáticos principales en la investigación sobre IES. Entre ellos, destacan el contexto educativo, el marco teórico utilizado (como la Teoría del Comportamiento Planificado y el Modelo de Mair y Noboa), el capital social, las variables asociadas con los emprendedores (como el capital psicológico, las motivaciones y los rasgos de personalidad), y las preocupaciones sociales actuales (como la Covid-19 y la sostenibilidad). Estos temas proporcionan una visión sobre los factores que influyen en la IES y ofrecen a la comunidad científica cuáles son los subtemas predominantes dentro del campo de estudio de la IES, así como los investigadores y países más activos en su estudio.

En esta línea, el objetivo de este trabajo es realizar un análisis bibliométrico de la literatura sobre IES, incluyendo las publicaciones existentes hasta 2023, que permita ordenar y sistematizar el conocimiento acumulado sobre este tópico. En este sentido se pretende, por una parte, llevar a cabo un análisis de rendimiento, identificando la evolución de la producción científica en este tópico, los autores, instituciones y países más destacados en la producción científica sobre IES. Asimismo, se mostrarán las revistas con mayor impacto, las áreas de conocimiento y los trabajos más citados sobre este tema. Por otra parte, se lleva a cabo un análisis de mapas científicos mediante la utilización del software VOSviewer para mostrar las relaciones entre los campos y los tópicos de investigación.

A partir de esta introducción, el trabajo está organizado en las siguientes partes. En la siguiente sección se revisan los principales modelos sobre la formación de la IES. A continuación, se describe la metodología de la investigación, que se basa en el desarrollo del análisis bibliométrico de la literatura existente. Finalmente se presentan los principales resultados, así como las conclusiones alcanzadas.

2. MARCO TEÓRICO: INTENCIÓN EMPRENDEDORA SOCIAL

La intención de emprender tiene un papel relevante en la decisión de iniciar una nueva empresa (Liñán y Chen, 2009). En este sentido, la intención emprendedora representa el punto de partida en el proceso de emprender, siendo el precursor esencial para desencadenar comportamientos emprendedores (Shapero y Sokol, 1982; Ajzen, 1991). El estudio de la intención emprendedora

ha generado un gran interés en la comunidad científica, lo que ha llevado a realizar revisiones de la literatura que permitieran organizar el conocimiento acumulado sobre este tópico (e.g. Liñán y Fayolle, 2015; Hueso *et al.*, 2021; Loi *et al.*, 2023). Dichas revisiones nos acercan a los antecedentes, consecuencias y otras variables que contribuyen a la formación de las intenciones emprendedoras y, en definitiva, a comprender mejor su papel en el proceso emprendedor.

Dentro de la literatura sobre emprendimiento, el emprendimiento social ha recibido una mayor atención en los últimos años a medida que académicos y profesionales han reconocido la naturaleza emprendedora de las personas que utilizan soluciones innovadoras para resolver problemas sociales como la pobreza, el bienestar humano, el cambio climático, entre otros (Santos, 2012; Tan *et al.*, 2020). Este tipo de emprendimiento surge con la finalidad de impulsar nuevas organizaciones con el propósito de crear valor social, es decir, el impacto positivo que generan las iniciativas emprendedoras para los usuarios de los problemas sociales (Austin *et al.*, 2006). En esta línea, distintos autores definen a los emprendedores sociales como aquellas personas con una misión social, es decir, un compromiso con la creación de valor social a través de su iniciativa emprendedora, encontrando soluciones innovadoras para reducir un problema social o un fallo del mercado (Bikse *et al.*, 2015; İrengün y Arikboğa, 2015) y, por tanto, suelen ser personas con valores, capacidades y habilidades orientados a la búsqueda de oportunidades para obtener ese valor social de una forma innovadora. Para entender el proceso emprendedor es imprescindible examinar la intención emprendedora, puesto que es uno de los principales antecedentes del comportamiento emprendedor (Bird, 1988, Krueger *et al.*, 2000). En este sentido, hacemos mención a los tres principales modelos sobre los que se construye el conocimiento relativo a la formación de la Intención Emprendedora Social (IES).

La mayoría de los estudios citados en investigaciones académicas relacionadas con la intención emprendedora se basan en la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991). Según esta teoría, las intenciones y los comportamientos dependen de tres antecedentes básicos: uno de naturaleza personal, otro que refleja la influencia social y, el último, que trata percepción de control conductual percibido. De acuerdo con Ajzen (1991), hay tres tipos de creencias relacionadas con los constructos de la Teoría del Comportamiento Planificado que son: (1) Actitud Personal, referida a la valoración personal que hace un individuo de una conducta, de tal forma que si la valoración es positiva, la intención es mayor; (2) Norma Subjetiva, relativa a las creencias normativas y relacionadas con las expectativas normativas de otras personas que se encuentran en el entorno más cercano; y (3) Control del Comportamiento Percibido, referido a la evaluación subjetiva de un individuo de su capacidad para ejecutar con éxito un comportamiento particular.

La Teoría del Comportamiento Planificado se ha utilizado para explicar tanto el tipo de intenciones emprendedoras con fines lucrativos como con fines eminentemente sociales (Tan *et al.*, 2020). Su aplicación contribuye a la comprensión de la intención emprendedora. Por un lado, la intención y el control percibido del comportamiento son predictores significativos en la conducta de un individuo (Ajzen, 1991; Kautonen *et al.*, 2013). Por otro lado, tanto la intención como el control percibido pueden servir para determinar el nivel de compromiso de los emprendedores a la hora de poner en marcha nuevos proyectos empresariales (Kautonen *et al.*, 2013).

Posteriormente, Mair y Noboa (2006) propusieron, a partir de la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991) y del Modelo de Comportamiento Empresarial (Shapero y Sokol, 1982), el primer Modelo de Formación de Intenciones Sociales Emprendedoras. Según Mair y Noboa (2006), la IES surge de (1) la deseabilidad, es decir, del deseo percibido por el sujeto de manifestar una conducta encaminada a generar valor social; y (2) la factibilidad, referida al reconocimiento de la posibilidad de llevar a cabo tal deseo. En su modelo, Mair y Noboa (2006) introducen cuatro antecedentes que sugieren predecir las intenciones empresariales sociales, como son: (1) la empatía, entendida como la capacidad del sujeto para experimentar

las situaciones y emociones de los demás; (2) la obligación o el juicio moral, entendida como sustituto de las normas sociales; (3) la autoeficacia y (4) el apoyo social, entendido como un indicador del control conductual externo. Para Mair y Noboa (2006), las intenciones de establecer una empresa social se desarrollan a partir de las percepciones de conveniencia, que se ven afectadas por actitudes emocionales y cognitivas, y por percepciones de viabilidad.

Más recientemente y a partir del modelo de IES de Mair y Noboa (2006), Hockerts (2017) añade la experiencia previa con organizaciones sociales como un nuevo antecedente de las intenciones de emprendimiento social. Bajo este modelo, se supone que la experiencia previa con organizaciones sociales genera familiaridad con el tipo de problemas que las empresas sociales intentan resolver, haciendo más probable la formación de intenciones para resolver estos retos o problemas.

3. METODOLOGÍA

En esta investigación se utiliza el análisis bibliométrico sobre Intención Emprendedora Social (IES), con el objetivo de sistematizar, organizar el conocimiento sobre esta temática y delimitar futuras líneas de investigación. Para llevar a cabo dicho análisis se requiere de una serie de datos bibliográficos, los cuales se obtienen de bases de datos sobre revistas científicas en las que se han publicado los documentos susceptibles de ser analizados. A partir de las publicaciones seleccionadas sobre la temática de estudio, se construye una base de datos en la que se recogen, entre otros datos, aquellos referidos a los autores, año de la publicación, resumen, país e institución de procedencia de los autores y palabras clave, principalmente.

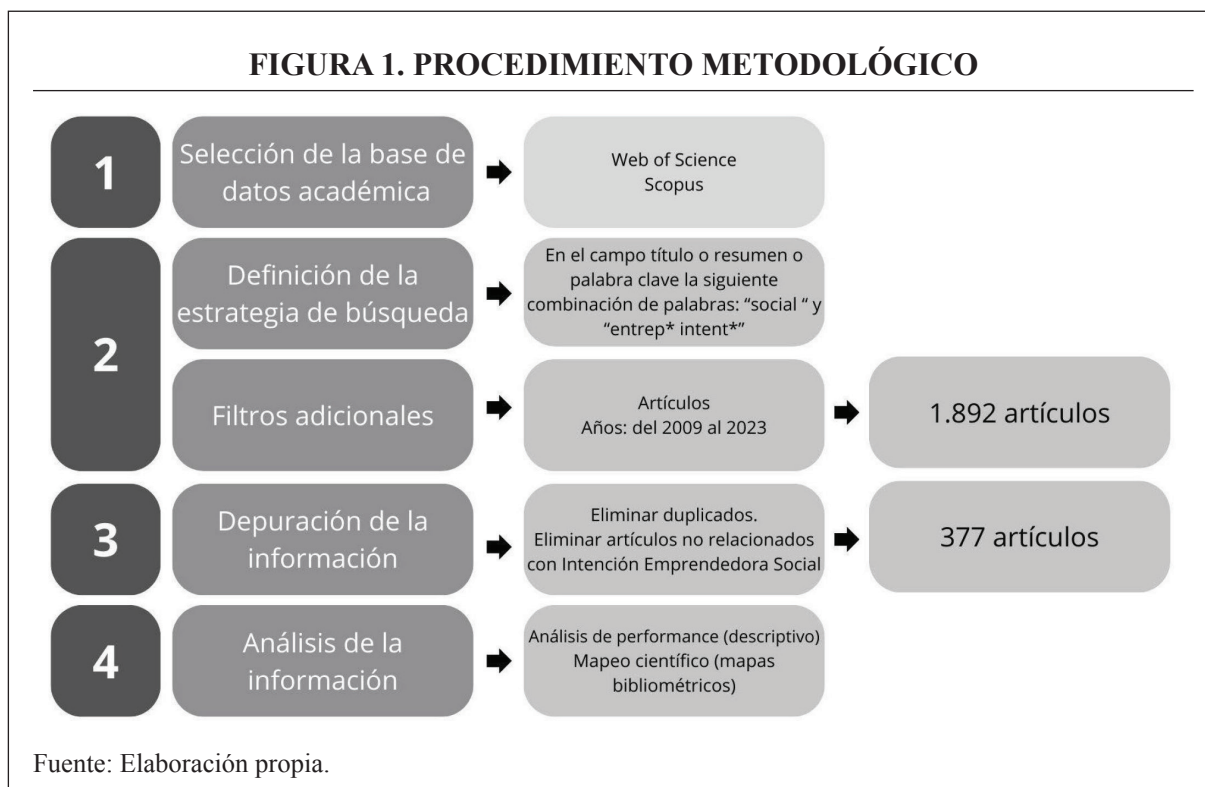
Según Araújo (2006), el análisis bibliométrico se basa en técnicas estadísticas y matemáticas para realizar un análisis cuantitativo de los datos. En el análisis bibliométrico se visualiza la información obtenida en las bases de datos a través de redes bibliométricas o indicadores estructurales que hacen posible establecer conexiones entre publicaciones (Cadavid *et al.*, 2012).

La investigación en IES se considera un campo de estudio emergente, que surge a partir de los estudios sobre intención emprendedora (Liñán y Fayolle, 2015). Aunque los estudios sobre IES son relativamente recientes, la producción científica sobre este tópico ha crecido enormemente en los últimos cinco años. La realización de este análisis bibliométrico contribuirá a la organización de la producción científica, a evitar duplicidades y recopilar información para establecer futuras líneas de investigación. Concretamente este análisis permitirá identificar cuáles son los autores referentes en el estudio de la IES, las universidades donde se investiga sobre esta temática, los años más prolíficos, las principales áreas temáticas y palabras clave, así como reconocer las principales revistas académicas que publican sobre el tema y las relaciones entre autores y países.

En la Figura 1 se presenta el proceso metodológico seguido en esta investigación, el cual consta de cuatro fases: (1) selección de la base de datos académica, (2) definición de la estrategia de búsqueda, (3) depuración de la información y (4) análisis de la información.

1ª etapa. Selección de la base de datos académica. Para llevar a cabo una revisión bibliográfica, las revistas de calidad se consideran la base para seleccionar las publicaciones. Los análisis bibliométricos se encuentran limitados por la información que está disponible (Rueda *et al.*, 2007), así que es de gran importancia escoger fuentes fiables para llevar a cabo el estudio bibliométrico (León *et al.*, 2006). En la presente investigación se eligieron dos bases de datos: Web of Science (WoS) y Scopus. Ambas bases de datos son referentes en cuanto a los índices de impacto de sus publicaciones, siendo además las bases de datos usadas con mayor frecuencia en análisis bibliométricos (Zhu y Liu, 2020).

2ª etapa. Definición de la estrategia de búsqueda. La estrategia de búsqueda se ha basado en localizar exclusivamente documentos catalogados como “artículos” que contenían en el



campo “título” o “resumen” o “palabra clave” la siguiente combinación de palabras: “social” y “entrep* intent*”. No se estableció ningún marco temporal para poder recoger la máxima producción científica sobre IES. Como resultado de esta búsqueda, el marco temporal fue de 2009 hasta 2023. Como resultado de la estrategia de búsqueda se encontraron un total de 1.892 documentos, que siguen estos criterios de búsqueda. En concreto, un total de 1.036 artículos de la base de datos Scopus y 856 artículos de la base de datos WoS.

3ª etapa. Depuración de la información y criterios de exclusión e inclusión utilizados para filtrar la muestra. Para depurar la búsqueda inicial e integrar la información de las dos bases de datos (Web of Science y Scopus), fue necesario reestructurar la información, dado que ambas bases tienen estructuras diferentes, difícilmente comparables. Se llevó a cabo una revisión manual de los trabajos obtenidos en la búsqueda. Se leyeron los títulos, resúmenes y palabras clave de los 1.203 artículos que resultaron de la integración de ambas bases de datos, con el objetivo de eliminar los documentos no relacionados con el tema de estudio. Cuando surgía alguna duda con algún artículo, se leía dicho trabajo para poder ser descartado o no. El resultado de este proceso supuso que la base de datos de trabajo fuera de 377 artículos.

Siguiendo las decisiones de filtrado de artículos referentes en la literatura sobre intención emprendedora como el de Liñán y Fayolle (2015), se tomaron como criterios de inclusión los documentos en forma de artículo. Los documentos clasificados como artículos reúnen una serie de condiciones adecuadas para su utilización como documentos sobre los que realizar un análisis bibliométrico: (1) Relevancia académica: los artículos académicos suelen ser considerados como la forma más relevante de contribución científica, ya que pasan por un proceso de revisión por pares y están destinados a la difusión del conocimiento en la comunidad científica; (2) Calidad y fiabilidad: el proceso de revisión al que son sometidos supone una garantía de su calidad y fiabilidad en comparación con otros tipos de publicaciones, como los libros o las disertaciones; (3) Acceso a la información: las bases de datos utilizadas (Scopus y Web of Science) están especialmente diseñadas para indexar y proporcionar acceso a artículos

académicos, lo que facilita su recopilación y análisis en comparación con otros tipos de publicaciones; (4) Coherencia metodológica: limitar el análisis a artículos académicos puede ayudarnos a mantener la coherencia metodológica y simplificar el proceso de recopilación y análisis de datos, ya que estos documentos tienden a seguir un formato y estructura estándar (Codina, 2020; Estrada-Lorenzo *et al.*, 2023).

Por estos motivos, al centrarnos en artículos académicos en nuestro análisis bibliométrico, podemos asegurar la relevancia, calidad y accesibilidad de los datos, así como mantener la coherencia metodológica en nuestro estudio. La lista completa de artículos no se incluye en este trabajo debido a limitaciones de espacio, pero está disponible previa solicitud.

4ª etapa. Análisis de la información. En primer lugar, se realizó un análisis de rendimiento, identificando la evolución de la producción científica en este campo, los autores, instituciones y países más destacados en el estudio de IES, así como las revistas con mayor impacto, sus áreas de conocimiento y los trabajos más citados sobre este tema. Concretamente, se elaboraron tablas y figuras para mapear estos indicadores bibliométricos.

Posteriormente, se llevó a cabo un análisis de mapas científicos mediante la utilización del software VOSviewer (Van Eck y Waltman, 2010), que permite la visualización gráfica de los trabajos de mayor impacto. Existen distintas herramientas de análisis de mapas científicos como, por ejemplo, Bibliometrix, CiteSpace, HistCite, SciMAT, Sci2 o R package biblioshiny. VOSviewer es el software más frecuentemente usado (Li *et al.*, 2021).

En nuestro caso, optamos por VOSviewer apoyándonos en su amplia utilización en otros estudios bibliométricos sobre emprendimiento (e.g. Donthu y Pattnaik, 2020; Ferreira, 2018). VOSviewer es una herramienta contrastada en la investigación científica para visualizar, analizar y explorar la estructura de una información científica (Li *et al.* 2021). VOSviewer significa “visualización de similitudes” y fue desarrollado por el Dr. Nees Jan van Eck y el Prof. Ludo Waltman en 2009, del Centro de Estudios de Ciencia y Tecnología (CWTS) de la Universidad de Leiden. La herramienta está desarrollada para mapear y agrupar los paisajes de los dominios científicos utilizando datos bibliográficos de diferentes fuentes. Una característica especial de VOSviewer es la aplicación de un enfoque unificado para mapear redes y la inclusión de métodos de agrupación en el análisis de redes bibliométricas (Waltman *et al.*, 2010). En comparación con otras herramientas, VOSviewer puede visualizar fácilmente mapas incluso de dominios científicos grandes y manejar grandes conjuntos de datos (van Eck y Waltman, 2010). Además, VOSviewer permite, entre otras posibilidades: 1) visualizar y analizar redes de coautoría, cocitación y coocurrencia, permitiendo identificar patrones, relaciones y tendencias; 2) identificar clústeres o grupos de elementos similares en una red, permitiendo identificar áreas y de investigación o temas emergentes (Li *et al.* 2021).

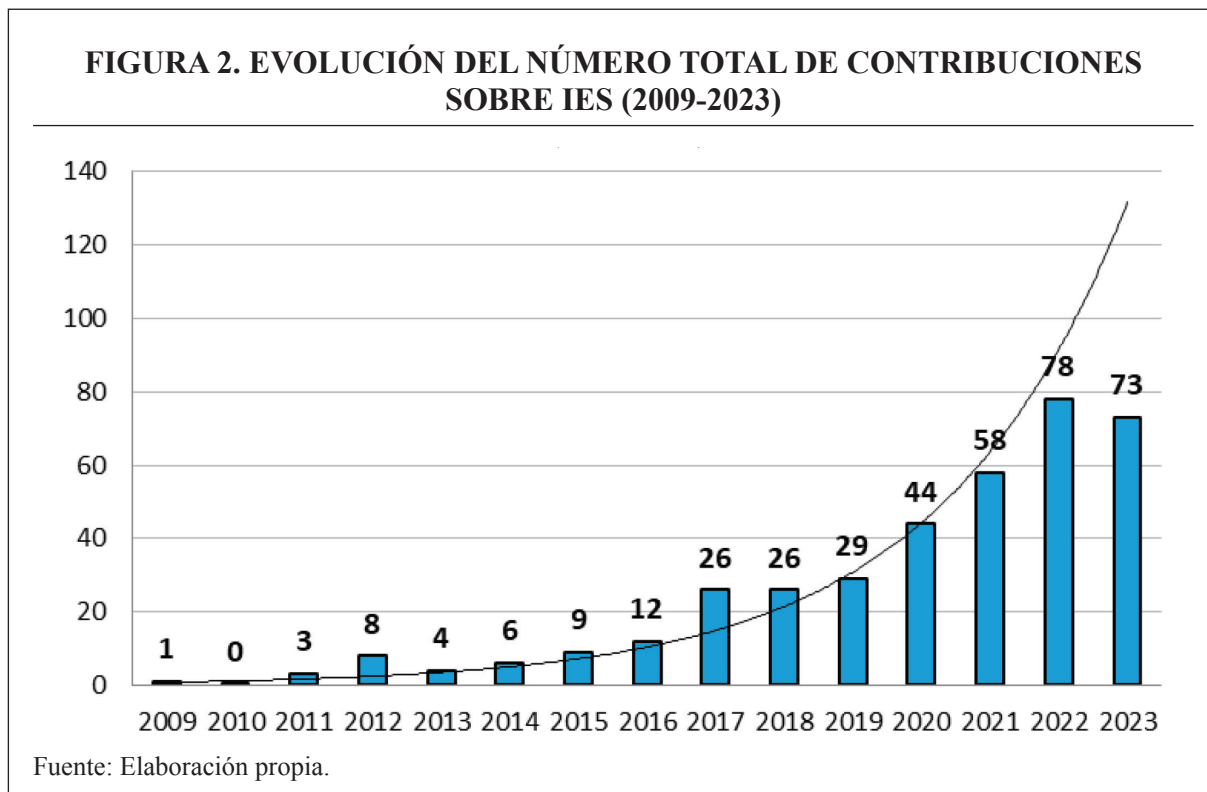
En concreto, se utilizó el Software VOSviewer versión 1.6.20 (www.vosviewer.com) como herramienta software para construir y visualizar redes bibliométricas. Esta herramienta trabaja con algoritmos que implementan un enfoque unificado para mapeo y agrupación.

En el siguiente apartado se describen los principales resultados del análisis bibliométrico realizado.

4. RESULTADOS

4.1. Análisis de rendimiento

En primer lugar, podemos constatar que la investigación sobre Intención Emprendedora Social (IES) ha experimentado un crecimiento continuo a lo largo de los últimos 15 años, tal y como se aprecia en la Figura 2. El número de trabajos publicados fue mínimo durante el



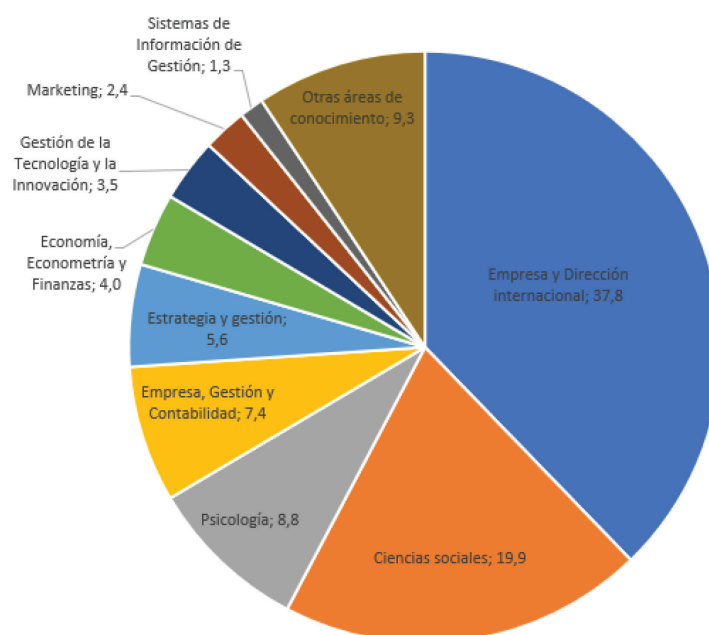
periodo 2009-2016. A partir de 2017 se observa un crecimiento significativo partiendo de 26 artículos hasta 78 en su punto más alto en 2022, con saltos importantes en varios años puntuales. Claramente, la línea de tendencia muestra que el interés de los investigadores ha crecido de una manera importante en este campo en los últimos años.

En relación con las principales áreas de conocimiento (Figura 3), Empresa y Dirección Internacional destaca por encima de las demás, con 142 artículos, seguida por Ciencias Sociales con 75 trabajos. Estas dos áreas acumulan casi el 58% de toda la producción científica sobre IES. Este análisis sugiere como característica relevante que la IES ha sido mayoritariamente estudiada en el área de “*Business Economics*” según la nomenclatura de la Web of Science.

El creciente interés por la IES como tópico de investigación también se ve reflejado por el número de revistas que han publicado sobre el mismo. La Tabla 1 muestra los títulos de las revistas, así como las frecuencias absolutas, relativas y acumuladas de las contribuciones. Los títulos se muestran agrupados para aquellas revistas con una frecuencia absoluta igual o inferior a cuatro. Durante el período de análisis se publicaron en un total de 200 revistas, de las cuales 2 destacan respecto a las demás por el número elevado de trabajos publicados en ellas: *Journal of Social Entrepreneurship* y *Frontiers in Psychology*. Ampliando los cálculos, podemos observar que el conjunto de las revistas más productivas (con más de 5 publicaciones en el período) abarcaría casi el 33% de todas las publicaciones, mientras que el 67% lo compondrían revistas de menos de 4 artículos publicados, siendo significativo el dato que un 38,4% solo cuentan con una única publicación sobre IES. La lectura de estos datos nos indica, en general, un notable interés de las revistas relacionadas con la literatura sobre emprendimiento.

Observando el centro de afiliación, podemos decir que no hay una alta concentración de producción científica ya que se han contabilizado 513 instituciones de afiliación de los distintos autores sobre IES. Sin embargo, destaca la Universidad Nacional de Taiwán con un total de 17 contribuciones en dicho período (Figura 4).

FIGURA 3. ÁREAS DE CONOCIMIENTO ATENDIENDO AL NÚMERO DE CONTRIBUCIONES (EN %)



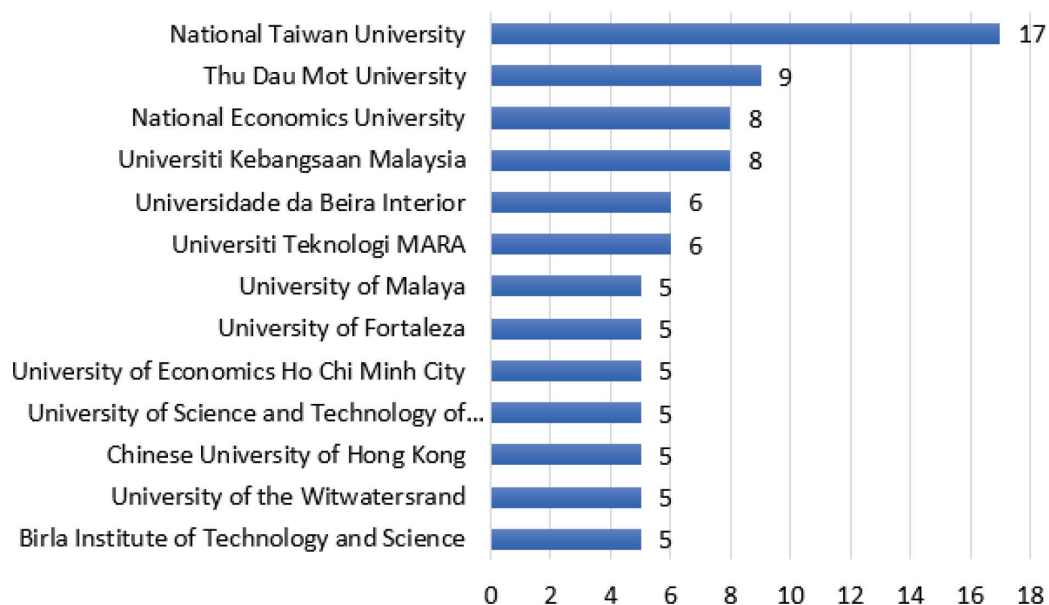
Fuente: Elaboración propia.

TABLA 1. DISTRIBUCIÓN DE ESTUDIOS POR REVISTAS

Revista	Contribuciones	% Total	% Acumulado
Journal of Social Entrepreneurship	21	5,60	5,60
Frontiers in Psychology	21	5,60	11,20
International Journal of Entrepreneurship and Small Business	9	2,40	13,60
International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research	9	2,40	16,00
Social Enterprise Journal	9	2,40	18,40
Sustainability	8	2,13	20,53
Journal of Business Research	7	1,87	22,40
Academy of Entrepreneurship Journal	6	1,60	24,00
International Entrepreneurship and Management Journal	6	1,60	25,60
Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies	6	1,60	27,20
Journal of Business Venturing Insights	5	1,33	28,53
Studies in Higher Education	5	1,33	29,87
Journal of Public Affairs	5	1,33	31,20
Journal of Small Business Management	5	1,33	32,53
Otras (frecuencia = 4)	32	8,53	41,07
Otras (frecuencia = 3)	27	7,20	48,27
Otras (frecuencia = 2)	52	13,33	61,60
Otras (frecuencia = 1)	143	38,40	100,00

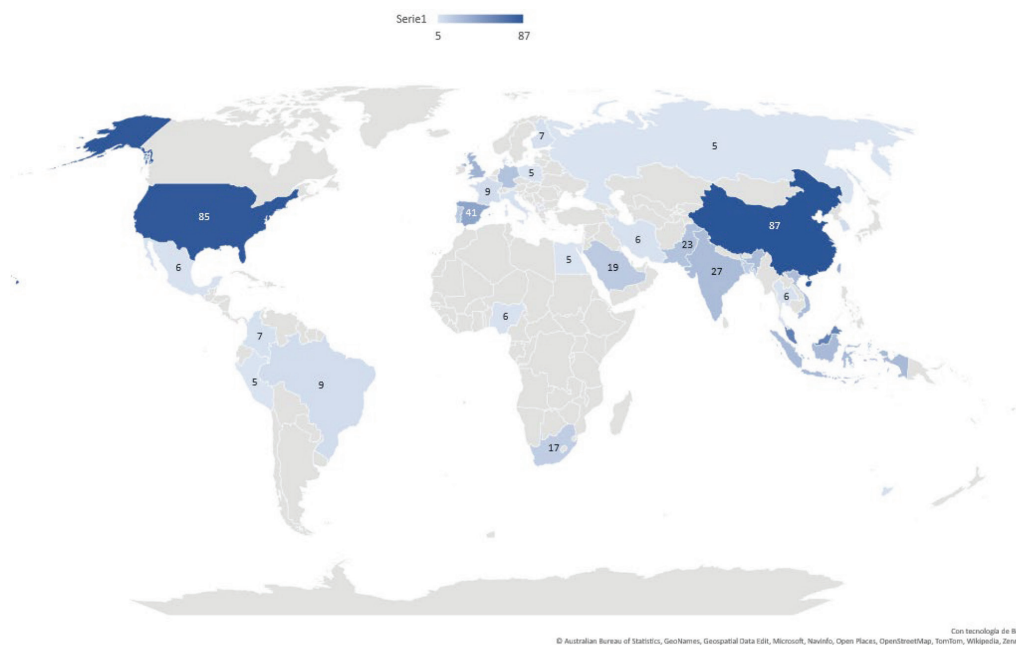
Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 4. PRINCIPALES INSTITUCIONES (5 O MÁS CONTRIBUCIONES)



Fuente: Elaboración propia.

FIGURA 5. PRODUCCIÓN DE ARTÍCULOS SEGÚN PAÍS DE ORIGEN (CON 5 Ó MÁS CONTRIBUCIONES)



Fuente: Elaboración propia.

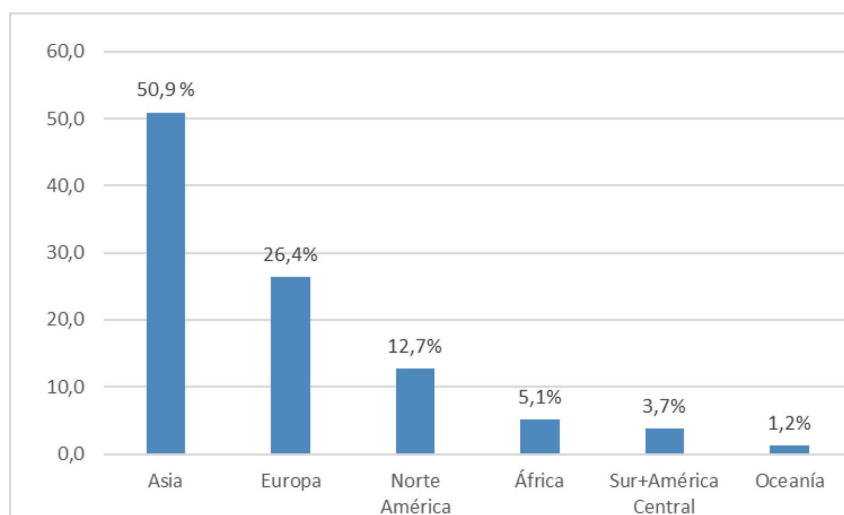
Un análisis atendiendo a los países de origen, nos indica que las 513 instituciones pertenecen a 71 países distintos, siendo China el que encabeza el ranking de contribuciones, seguido por Estados Unidos, ambos países con cerca de un 12% (Figura 5). Como se puede

observar la dispersión por países es muy evidente, lo que demuestra el interés general en este tópico. Detallando el análisis por grandes regiones geográficas, Asia representa casi el 51% del total de artículos analizados, Europa el 26%, mientras que Norteamérica (Estados Unidos, Canadá y México) no llega al 13% (Figura 6).

En la tabla siguiente se muestran los autores con un mayor número de publicaciones (5 ó más contribuciones). Los resultados nos indican que han sido muy numerosos los autores que han trabajado sobre este tópico en el período analizado, en concreto 1.020; sin embargo, solo 8 toman parte en 5 ó más estudios.

Finalmente, según la información proporcionada por WoS y Scopus, en la fecha de este estudio (31 de diciembre de 2023), el artículo más citado es el de Hockerts (2017), el único de la lista con más de 300 citas, seguido del de Bacq y Alt (2018). Sin embargo, si se tiene en cuenta el año de publicación y se compara el número medio de citas por año desde que se

FIGURA 6. PRODUCCIÓN DE ARTÍCULOS SEGÚN EL ÁREA GEOGRÁFICA



Fuente: Elaboración propia.

TABLA 2. AUTORES CON 5 Ó MÁS PUBLICACIONES SOBRE IES

Autores	Contribuciones	% Total	% Acum
Liang, C.	15	1,5	1,5
Ip, C.Y.	10	1	2,5
Duong, C.D.	8	0,8	3,3
Liu, H-C.	8	0,8	4,1
Kruse, P.	6	0,6	4,7
Luc, P.T.	6	0,6	5,3
Ayob, A.H.	5	0,5	5,8
de Sousa-Filho, J.M.	5	0,5	6,3

Fuente: Elaboración propia.

publicó, en segundo lugar, se situaría el trabajo de Meoli *et al.* (2020). La lista completa de los diez artículos más citados por número total de citas figura en la Tabla 3. Un aspecto interesante es que, salvo Hockerts, los otros artículos más citados fueron escritos por más de un autor. También cabe destacar que seis de los diez artículos más citados se han publicado en revistas enfocadas al estudio del emprendimiento.

TABLA 3. PRINCIPALES ARTÍCULOS BASADOS EN EL NÚMERO DE CITAS

Autores	Título del artículo	Revista	Año publicación	Nº citaciones
Hockerts K.	Determinants of Social Entrepreneurial Intentions	Entrepreneurship: Theory and Practice	2017	356
Bacq S.; Alt E.	Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions	Journal of Business Venturing	2018	226
Santos F.J.; Roomi M.A.; Liñán F.	About Gender Differences and the Social Environment in the Development of Entrepreneurial Intentions	Journal of Small Business Management	2016	201
Kibler E.; Kautonen T.; Fink M.	Regional Social Legitimacy of Entrepreneurship: Implications for Entrepreneurial Intention and Start-up Behaviour	Regional Studies	2014	196
Meoli A.; Fini R.; Sobrero M.; Wiklund J.	How entrepreneurial intentions influence entrepreneurial career choices: The moderating influence of social context	Journal of Business Venturing	2020	175
Urban B.; Kujinga L.	The institutional environment and social entrepreneurship intentions	International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research	2017	150
Zaremohzzabieh Z.; Ahrari S.; Krauss S.E.; Samah A.B.A.; Meng L.K.; Ariffin Z.	Predicting social entrepreneurial intention: A meta-analytic path analysis based on the theory of planned behavior	Journal of Business Research	2019	127
Obschonka M.; Goethner M.; Silbereisen R.K.; Cantner U.	Social identity and the transition to entrepreneurship: The role of group identification with workplace peers	Journal of Vocational Behavior	2012	122
Tran, ATP; Von Korflesch, H	A conceptual model of social entrepreneurial intention based on the social cognitive career theory	Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship	2016	121
Liguori E.W.; Bendickson J.S.; McDowell W.C.	Revisiting entrepreneurial intentions: a social cognitive career theory approach	International Entrepreneurship and Management Journal	2018	119

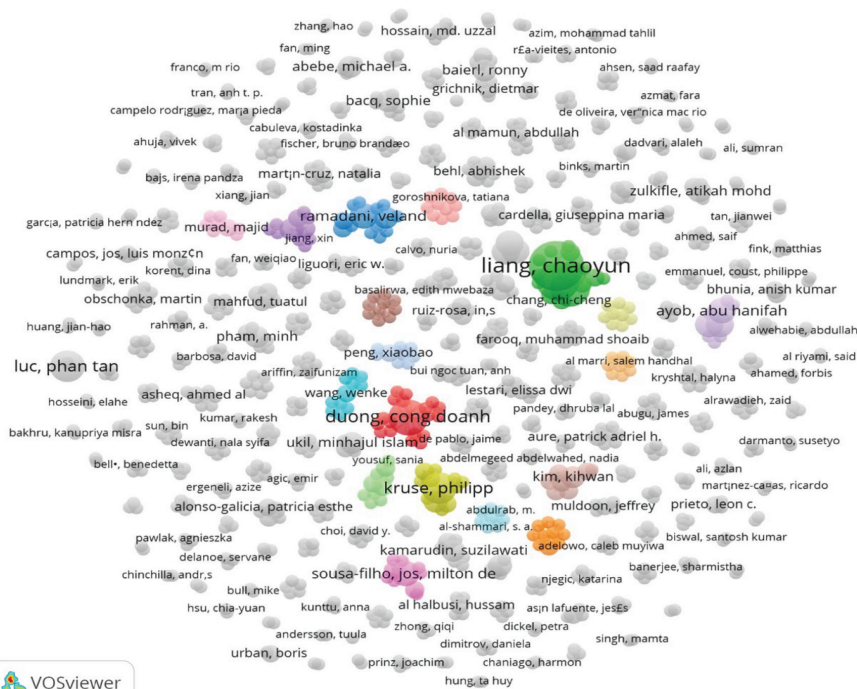
Fuente: Elaboración propia.

4.2. Mapas bibliométricos: las redes de coautoría

Para llevar a cabo los mapas bibliométricos, se ha utilizado el programa VOSviewer, que ha sido ampliamente adoptado en otros estudios bibliométricos (e.g., Appio *et al.*, 2016; Vallaster *et al.*, 2019). VOSviewer permite elaborar mapas bibliométricos, lo que visualizar y explorar redes de citas y co-citas de una manera interactiva y dinámica. Funciona al procesar archivos de datos bibliográficos (en nuestro caso, archivos de exportación de bases de datos bibliográficas como Scopus o Web of Science). El software utiliza algoritmos para analizar las relaciones entre los documentos científicos, como las citas entre ellos o la co-aparición en las listas de referencias. También permite representar esta información en forma de gráficos interactivos, como mapas de redes o diagramas de dispersión, que ayudan a identificar patrones, tendencias y comunidades dentro de la literatura científica. Por estos motivos, se ha considerado que VOSviewer es una herramienta poderosa para analizar y visualizar datos bibliométricos, ya que ayuda a los investigadores a explorar y comprender la estructura y la evolución de la literatura científica en el campo objeto de estudio.

La Figura 7 presenta la visualización de las redes de coautoría atendiendo a los autores que han publicado sobre esta cuestión investigadora. Cada círculo representa un autor y el tamaño de los círculos indica su número de publicaciones. La distancia entre dos círculos indica aproximadamente la fuerza o solidez de esa asociación. Los resultados indican que, en general, los autores no mantienen publicaciones conjuntas en el período analizado. Entendemos que la relativa novedad de este tópico de investigación podría ser uno de los motivos principales. Observamos, por tanto, una red de coautoría todavía incipiente en este tema de investigación. El análisis nos muestra que las relaciones de coautoría de mayor influencia las mantienen

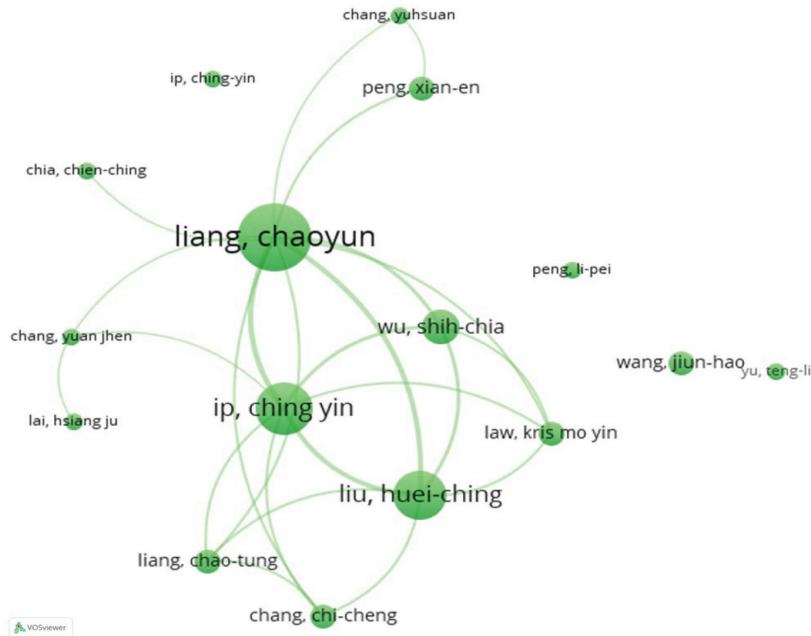
FIGURA 7. RED COMPLETA DE COAUTORÍA POR AUTORES



Fuente: VOSviewer.

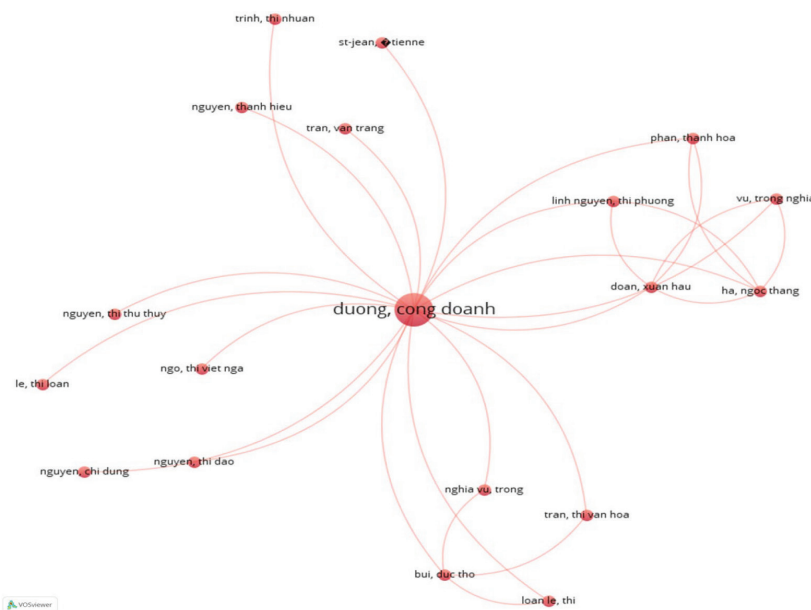
Liang Chaoyun, seguido de Ip, C.Y. y, en tercer lugar, Cong Doanh Duong. Sin embargo, y a pesar de esta falta de red en general, las Figuras 8 y 9 nos permiten destacar varias subredes propias lideradas por los autores asiáticos más prolíficos, mostrados en la Tabla 2, y que viene a confirmar el origen de sus afiliaciones (Figura 4). Así, los principales autores cuentan con

FIGURA 8. RED 1 DE COAUTORÍA POR AUTORES



Fuente: VOSviewer.

FIGURA 9. RED 2 DE COAUTORÍA POR AUTORES

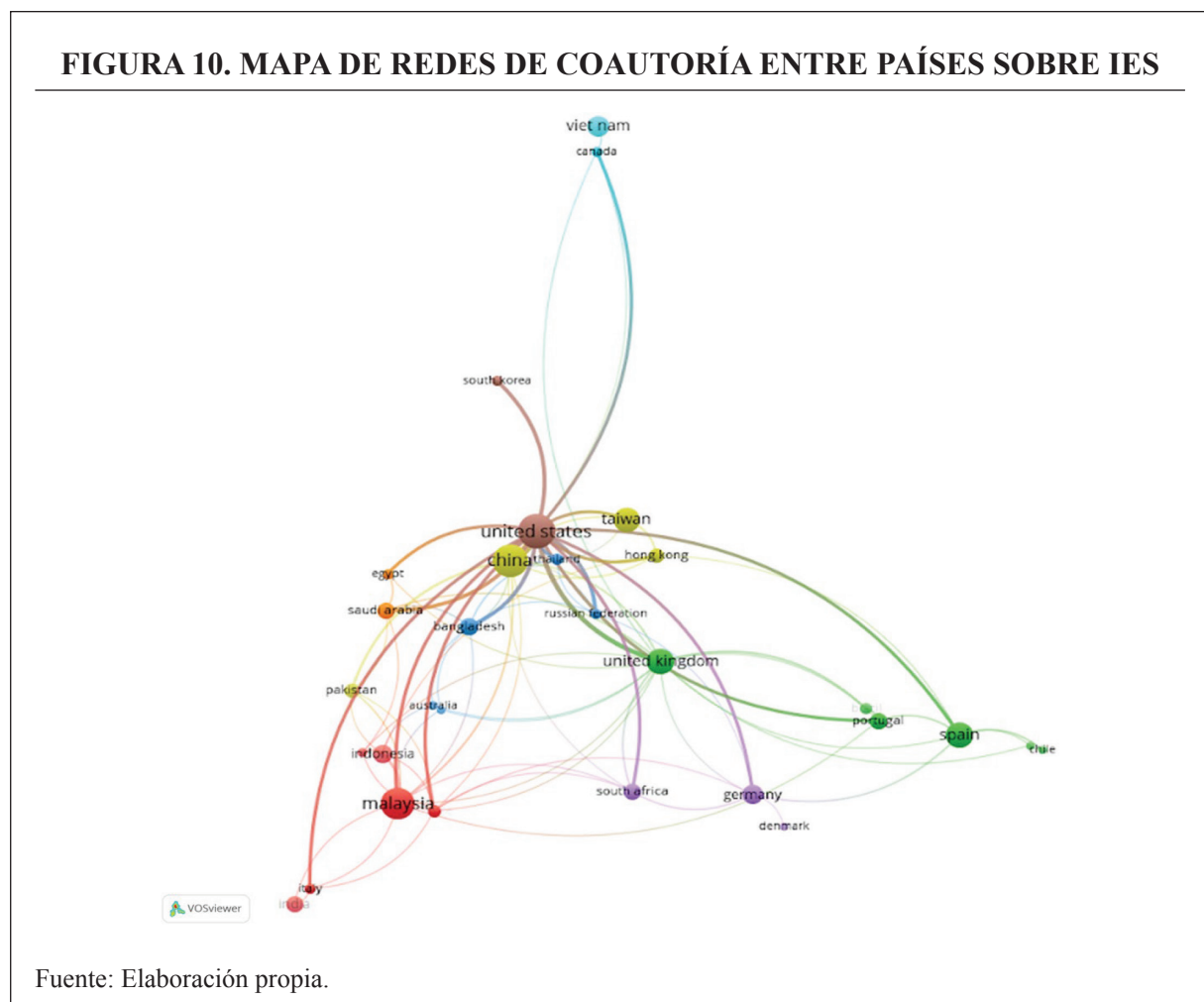


Fuente: VOSviewer.

redes propias, en algunos casos compartidas. Así, por ejemplo, en la Figura 8 se observa cómo tres de los autores con un mayor número de publicaciones, se podría decir que se encuentran en la misma red principal. Este hecho indica que los autores principales sí que forman, de alguna manera, una comunidad de investigación cohesionada y bien interconectada, no siendo extensible al resto de autores.

El análisis de la red de coautoría entre países permite averiguar qué autores de los distintos países han sido coautores con el máximo número de autores de otros países (Figura 10). El conjunto de los 377 artículos que estamos analizando se corresponden con un total de 71 países. El software VOSviewer ha encontrado que, de estos países, 30 están conectados entre sí en términos de coautoría en un total de 8 clústeres, cumpliendo con el criterio mínimo de tener al menos 5 publicaciones. Podemos destacar, que los autores de Estados Unidos, China, Taiwán, Malasia, Indonesia, Reino Unido y España son los que más han colaborado con autores de otros países. Podemos destacar que el máximo número de líneas está unido al círculo etiquetado como Estados Unidos, seguido de Malasia y China. Los países que han colaborado en más artículos tienen líneas más gruesas.

FIGURA 10. MAPA DE REDES DE COAUTORÍA ENTRE PAÍSES SOBRE IES



4.3. Mapas bibliométricos: las redes de coocurrencia y palabras clave

VOSviewer funciona mediante el análisis de la frecuencia con la que los términos o elementos coocurren en un conjunto de datos. Por ejemplo, VoSviewer puede llevar a cabo un

TABLA 4. CLÚSTERES Y TEMAS

Clúster 1	Clúster 2	Clúster 3	Clúster 4	Clúster 5	Clúster 6
Educación Superior, Estudiante		Educación Superior	Educación emprendedora Estudiante universitario	Educación emprendedora	
Capital humano					Capital psicológico
Capital Social			Relaciones sociales		
			Redes sociales		
Género					
	Empatía, Obligación moral, Apoyo social percibido, Autoeficacia, Experiencia previa	Actitud, Teoría del Comportamiento Planificado Autoeficacia		Autoeficacia, Deseabilidad percibida, Normas sociales, Apoyo social, Teoría de la Carrera Cognitiva Social	
	Rasgos de personalidad				
		Covid19			
			Pasión emprendedora		
			Oportunidad		
				Comportamiento empresarial	
					Motivaciones
					Expectativas de resultados
					Sostenibilidad

Fuente: Elaboración propia.

identificado con el mismo color y en la misma fila aquellas palabras que son sinónimas, lo que nos muestra las similitudes entre los clústeres, así como los temas predominantes.

Clúster 1. Género, Educación Superior, Estudiante, Capital humano, Capital social.

En este clúster predominan las palabras relacionadas con el ámbito de la educación en el estudio de la IES. Destacan dentro de este grupo trabajos como el de Hockerts (2018) en el que se expone cómo la educación superior en emprendimiento social puede aumentar la propensión del estudiantado a crear empresas sociales. Otro trabajo sería el de Salamzadeh *et al.* (2013) en el que se investiga la conciencia, la intención y los elementos contextuales entre los estudiantes de educación superior en la Universidad de Teherán (UT) para encontrar las brechas en la educación en emprendimiento social en Irán. En un tercer trabajo, el de Asimakopoulos *et al.* (2019) se examina el impacto de la educación empresarial en la intención emprendedora en estudiantes de ingeniería. Por otro lado, el trabajo de Chien-Chi *et al.* (2020). en el que, a

partir de una encuesta a estudiantes, con el objeto de profundizar en su relación, se construye un modelo conceptual con capacidad emocional e intención emprendedora social. En este clúster también aparece el capital humano y social, como aspectos que pueden contribuir a la formación de la IES. Así, Liñán y Santos (2007) incluyen en su Modelo Teórico el Capital Social Cognitivo ya que transmite valores, creencias y actitudes a través de las relaciones, determinando percepciones y, por tanto, intenciones de emprendimiento. Por último, en la misma línea que Tan *et al.* (2020), se sigue observando una tendencia a analizar la IES desde la perspectiva de género. Como un ejemplo de este tipo de trabajos destaca el de Dickel y Eckardt (2021), en el que se investiga cómo la orientación de género y sostenibilidad moldea los efectos de la deseabilidad y viabilidad percibidas en la IES.

Clúster 2. Empatía, Obligación moral, Apoyo social percibido, Rasgos de personalidad, Experiencia previa, Autoeficacia.

En este clúster aparecen claramente referidos los modelos de Mair y Noboa (2006) y de Hockerts (2017), dos de los modelos centrales sobre la formación de la IES, asociados a los rasgos de personalidad. Así, por una parte, aparecen los antecedentes del Modelo de Mair y Noboa (2006) que explican la formación de la IES (empatía, obligación moral, apoyo social percibido y autoeficacia) y también la experiencia previa, en relación con el Modelo de Hockerts (2017). Asimismo, se observa los rasgos de personalidad como un aspecto relevante para conocer las características que definen la personalidad de los emprendedores sociales, tal y como señalan Bacq y Alt (2018). Estos autores propusieron, basándose en la investigación de motivos prosociales, que la empatía explicaba la IES a través de dos mecanismos complementarios: la autoeficacia y el valor social.

Clúster 3. Actitud, Covid19, Educación Superior, Teoría del Comportamiento Planificado, Autoeficacia.

En el clúster 3 aparece la Teoría del Comportamiento Planificado (TCP), otra de las teorías centrales para la explicación de la formación de la IES, en relación con la educación. Esta asociación es muy común en la literatura. Como novedad respecto a otros análisis bibliométricos aparece la presencia del Covid19 como aspecto contextual que puede influir en la IES. Así, por ejemplo, el trabajo de Ruiz-Rosa *et al.* (2020), utilizando como base la TCP, probó un modelo estructural explicativo de la IES y se evaluó el impacto de la crisis del Covid19 en esta intención, o el trabajo de Wang *et al.* (2021) que tuvo como objetivo el investigar el impacto de la pandemia de Covid19 en la intención empresarial verde de los estudiantes universitarios a través de la autoeficacia empresarial verde, el optimismo, los valores ecológicos y la responsabilidad social, así como el papel mediador de la motivación empresarial verde.

Cluster 4. Pasión emprendedora, Educación emprendedora, Oportunidad, Redes sociales, Relaciones sociales, Estudiante universitario.

Nuevamente la educación emprendedora aparece como elemento asociado, en este caso, con el capital social, en forma de redes o relaciones sociales, la pasión por emprender y la oportunidad. Así, por ejemplo, el trabajo de Tajpour y Hosseini (2021) investiga el efecto de la intención emprendedora en el desarrollo del desempeño mediado por las redes sociales en nuevas empresas digitales, o el trabajo de Turan y Kara (2018) que examina las motivaciones

de los emprendedores, los beneficios esperados y la intención de utilizar las redes sociales en línea en un mercado emergente.

Clúster 5. Comportamiento empresarial, Educación emprendedora, Deseabilidad percibida, Teoría de la Carrera Cognitiva Social, Normas sociales, Apoyo social, Autoeficacia.

En el clúster 5 aparece la educación relacionada con aspectos de la formación de IES de la Teoría del Comportamiento Planificado y de la Teoría de la Carrera Cognitiva Social, así como también aparece el comportamiento empresarial. Podemos identificar, entre otros, el trabajo de Tran y Von Korfflesch (2016) en donde demostraron que no se ha encontrado ninguna investigación que utilice la Teoría de la Carrera Cognitiva Social para explicar la intención de un individuo de convertirse en emprendedor social, aunque recientemente sí se ha sugerido esta teoría como un marco inclusivo para la intención emprendedora. Finalmente, podemos identificar el trabajo de Liguori *et al.* (2018) que amplía el conocimiento existente sobre la autoeficacia mediante la aplicación de la Teoría de la Carrera Cognitiva Social al emprendimiento. Autoeficacia, como la creencia de las personas de que son capaces de realizar una conducta determinada (Azjen, 1991).

Clúster 6. Motivaciones, Expectativas de resultados, Capital psicológico, Sostenibilidad.

El clúster 6 presenta menos elementos en común con los otros clústeres y asocia aspectos personales de los emprendedores, como las motivaciones y el capital psicológico, con factores de resultados como las expectativas de resultados y la sostenibilidad. Así, por ejemplo, los hallazgos de Kunttu *et al.* (2017) sugieren que la IES está impulsada por valores y conocimientos laborales que difieren de los que impulsan la intención empresarial general. Este hecho implica la necesidad de incluir oportunidades empresariales en los modelos de intención emprendedora.

5. DISCUSIÓN

5.1. Conclusiones

Partiendo de la necesidad de clasificar la creciente producción científica sobre Intención Emprendedora Social (IES), y dada la escasez de análisis bibliométricos sobre este fenómeno, con esta investigación se pretende contribuir a la organización y sistematización de la literatura sobre esta temática mediante la realización de un análisis bibliométrico. Un objetivo que se sustenta en el creciente interés por el emprendimiento social, a nivel académico y profesional, como una alternativa empresarial que presenta soluciones al aumento de los problemas sociales.

Atendiendo a los resultados obtenidos y en la línea de autores como Tan *et al.* (2020), el estudio de la IES supone un área consolidada de investigación y se sitúa en una fase importante de crecimiento en el campo del emprendimiento; no sólo por la cantidad de artículos publicados en los últimos años, como se demuestra en su revisión de la literatura, sino también por la amplitud de revistas, instituciones y autores que han centrado sus esfuerzos en esta área de investigación. Sin embargo, todavía tiene un recorrido importante a la hora de encontrar colaboraciones, tanto nacionales como internacionales, entre los autores dedicados a su estudio. Entre los autores más prolíficos, la revisión realizada destaca a Liang, Chaoyun (15 artículos), Ip, Ching Yin (10

artículos), Duong, Cong Doanh (8 artículos) y Liu, Huei-Ching (8 artículos). Sin embargo, los autores más citados proceden de Norteamérica y Europa.

Los años más productivos, en cuanto a número de artículos sobre IES publicados fueron: 2022 (78 artículos), 2023 (73 artículos) y 2021 (58 artículos). Debido a esta tendencia, sería razonable creer que la IES como campo de investigación seguirá creciendo en los próximos años.

A pesar de que el estudio de la IES es un tema específico dentro de la disciplina más amplia como es el emprendimiento, ha encontrado su espacio en revistas especializadas, mayoritariamente en el área de “*Business Economics*”. Esta información podría utilizarse por los editores de revistas cuando plantean lanzar monográficos o seleccionar artículos para su publicación. Así, las cinco revistas más productivas en términos de número de publicaciones sobre IES durante el período de análisis fueron *Journal of Social Entrepreneurship* (21 artículos), *Frontiers in Psychology* (21 artículos), *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* (9 artículos), *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* (9 artículos) y *Social Enterprise Journal* (9 artículos). Sin embargo, si tomamos como indicador de la calidad, el número de citas, las cuatro revistas cuyos artículos sobre IES han sido los más citados son: *Entrepreneurship: Theory and Practice*, *Journal of Business Venturing*, *Journal of Small Business Management* y *Regional Studies*.

Finalmente, a través de un análisis de coocurrencia de palabras clave, este estudio analizó los principales temas cubiertos por la investigación sobre IES, identificando seis grupos. En relación con estos 6 clústeres es importante destacar varios aspectos significativos. En primer lugar, el contexto educativo emerge como un elemento común en 4 de los 6 clústeres, lo que indica que el ámbito educativo es una temática recurrente en el estudio de la IES. Otro aspecto destacado es el marco teórico utilizado para analizar la IES, siendo la Teoría del Comportamiento Planificado (Ajzen, 1991) y el Modelo de Mair y Noboa (2006) los enfoques más prevalentes. En tercer lugar, el capital social, en sus distintas formas, se revela como un elemento común en dos de los 6 clústeres, lo que sugiere que es un tópico utilizado y a tener en cuenta en futuras investigaciones como un antecedente de la IES. En cuarto lugar, se identifican una serie de variables asociadas con los emprendedores, tales como el capital psicológico, sus motivaciones, la pasión por emprender y los rasgos de personalidad. Estos aspectos indican la importancia de considerar factores personales en el estudio de la IES. Por último, es relevante mencionar la presencia de variables relacionadas con preocupaciones sociales en dos de los clústeres. Tal es el caso de la Covid-19 y la sostenibilidad. Esto refleja la necesidad de abordar cuestiones sociales actuales en el estudio de la IES.

La existencia de estos subcampos temáticos facilitará a investigadores de la IES un marco sólido y más preciso para sus futuras investigaciones y a los profesionales, una mejor comprensión de los principales factores sobre la IES con un impacto tanto en el comportamiento empresarial. En última instancia, habrá una mejor comprensión de los principales factores sobre la IES con un impacto tanto en el comportamiento empresarial como en la creación de nuevos proyectos empresariales sociales.

5.2. Limitaciones y futuras líneas de investigación

El presente estudio de investigación presenta algunas limitaciones. En primer lugar, las propias decisiones de selección de la literatura pueden producir algún sesgo, como, por ejemplo, el que solo se han analizado los artículos publicados entre los años 2009 y 2023, siendo la ampliación de este horizonte temporal una futura línea de investigación. En segundo lugar, debido al creciente interés del tema y el aumento significativo del número de contribuciones

que se han identificado, las conclusiones de este estudio deberían actualizarse frecuentemente. Esto supone una oportunidad para llevar a cabo nuevas investigaciones en próximos años, siempre utilizando una metodología similar, con el fin de que los datos puedan ser comparables.

En relación con las futuras líneas de investigación sería interesante explorar la correlación entre los centros de investigación o universidades más productivas y su oferta formativa en materia de emprendimiento social. Consideramos que esta investigación puede ser útil tanto para aquellos investigadores que realizan estudios sobre IES por primera vez, como para aquellos que ya están familiarizados con este campo de estudio, pero quieren explorar nuevas direcciones.

FINANCIACIÓN

Se reconoce la ayuda financiera prestada por el proyecto PID2021-126516NB-I00 financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (MCIN), la Agencia Estatal de Investigación (AEI) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

CONTRIBUCIÓN DE LOS AUTORES

Conceptualización: Edurne Zubiria-Ferriols, Teresa Martínez Fernández, Mercedes Segarra Ciprés; Metodología: Teresa Martínez Fernández, Mercedes Segarra Ciprés; Obtención de datos: Edurne Zubiria-Ferriols; Análisis de datos: Edurne Zubiria-Ferriols, Teresa Martínez Fernández; Redacción – Preparación del borrador original, Edurne Zubiria-Ferriols; Redacción - Revisión y edición: Teresa Martínez Fernández, Mercedes Segarra Ciprés; Supervisión: Mercedes Segarra Ciprés.

BIBLIOGRAFÍA

- 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)
- Appio, F. P., Martini, A., Massa, S., & Testa, S. (2016). Unveiling the intellectual origins of social media-based innovation: insights from a bibliometric approach. *Scientometrics*, 108, 355-388. <https://doi.org/10.1007/s11192-016-1955-9>
- Araújo, C. A. (2006). Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. *Em questão*, 12(1), 11-32. <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/16>
- Asimakopoulos, G., Hernández, V., & Peña Miguel, J. (2019). Entrepreneurial intention of engineering students: The role of social norms and entrepreneurial self-efficacy. *Sustainability*, 11(16), 4314. <https://doi.org/10.3390/su11164314>
- Austin, J., Stevenson, H., & Wei-Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: same, different, or both? *Entrepreneurship theory and practice*, 30(1), 1-22. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
- Bacq, S., & Alt, E. (2018). Feeling capable and valued: A prosocial perspective on the link between empathy and social entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 33(3), 333-350. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.01.004>

- Bikse, V., Rivza, B., & Riemere, I. (2015). The social entrepreneur as a promoter of social advancement. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 185, 469-478. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.405>
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453. <https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306970>
- Cadavid Higueta, L., Awad, G., & Franco Cardona, C. J. (2012). Análisis bibliométrico del campo modelado de difusión de innovaciones. *Estudios gerenciales*, 28(SPE), 213-236.
- Codina, L. (2020). Cómo hacer revisiones bibliográficas tradicionales o sistemáticas utilizando bases de datos académicasoma de conducto auditivo externo: estudio de una serie de casos. *Revista orl*, 11(2), 139-153. <https://doi.org/10.14201/orl.22977>
- Chien-Chi, C., Sun, B., Yang, H., Zheng, M., & Li, B. (2020). Emotional competence, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial intention: A study based on China college students' social entrepreneurship project. *Frontiers in psychology*, 11, 547627. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.547627>
- Dees, J. G. (2012). A tale of two cultures: Charity, problem solving, and the future of social entrepreneurship. *Journal of business ethics*, 111, 321-334. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1412-5>
- Defourny, J., & Nyssens, M. (2010). Conceptions of social enterprise and social entrepreneurship in Europe and the United States: Convergences and divergences. *Journal of social entrepreneurship*, 1(1), 32-53. <https://doi.org/10.1080/19420670903442053>
- Dickel, P., & Eckardt, G. (2021). Who wants to be a social entrepreneur? The role of gender and sustainability orientation. *Journal of Small Business Management*, 59(1), 196-218. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1704489>
- Donthu, N., Kumar, S., & Pattnaik, D. (2020). Forty-five years of Journal of Business Research: A bibliometric analysis. *Journal of business research*, 109, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.039>
- Estrada-Lorenzo, J. M., Arroba, C. M. A., & López-López, C. (2023). Análisis bibliométrico de los artículos originales de la revista Enfermería Intensiva durante el período 2001-2020. *Enfermería Intensiva*, 34(2), 100-108. <https://doi.org/10.1016/j.enfi.2022.02.003>
- Ferreira, F. A. (2018). Mapping the field of arts-based management: Bibliographic coupling and co-citation analyses. *Journal of Business Research*, 85, 348-357. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.03.026>
- Hueso, J. A., Jaén, I., & Liñán, F. (2021). From personal values to entrepreneurial intention: a systematic literature review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(1), 205-230. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-06-2020-0383>
- Hockerts, K. (2017). Determinants of social entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(1), 105-130. <https://doi.org/10.1111/etap.12171>
- Hockerts, K. (2018). The effect of experiential social entrepreneurship education on intention formation in students. *Journal of Social Entrepreneurship*, 9(3), 234-256. <https://doi.org/10.1080/19420676.2018.1498377>

- İrengün, O., & Arikboğa, Ş. (2015). The effect of personality traits on social entrepreneurship intentions: A field research. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1186-1195. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.172>
- Kautonen, T., Van Gelderen, M., & Tornikoski, E. T. (2013). Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour. *Applied economics*, 45(6), 697-707. <https://doi.org/10.1080/00036846.2011.610750>
- Krueger Jr, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5-6), 411-432. [https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(98\)00033-0](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(98)00033-0)
- Kunttu, A., Puumalainen, K., & Fellnhofner, K. (2017). Socially-oriented entrepreneurial goals and intentions: the role of values and knowledge. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 10(4), 337-361. <https://doi.org/10.1504/JIBED.2017.088711>
- León, A. M., Castellanos, O. F., & Vargas, F. A. (2006). Valoración, selección y pertinencia de herramientas de software utilizadas en vigilancia tecnológica. *Ingeniería e investigación*, 26(1), 92-102.
- Li, J., Goerlandt, F., & Reniers, G. (2021). An overview of scientometric mapping for the safety science community: Methods, tools, and framework. *Safety Science*, 134, 105093. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2020.105093>
- Liguori, E. W., Bendickson, J. S., & McDowell, W. C. (2018). Revisiting entrepreneurial intentions: a social cognitive career theory approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14, 67-78. <https://doi.org/10.1007/s11365-017-0462-7>
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International entrepreneurship and management journal*, 11, 907-933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Liñán, F., & Santos, F. J. (2007). Does social capital affect entrepreneurial intentions? *International Advances in Economic Research*, 13, 443-453. <https://doi.org/10.1007/s11294-007-9109-8>
- Loi, M., Castriotta, M., Barbosa, S. D., Di Guardo, M. C., & Fayolle, A. (2023). Entrepreneurial intention studies: A hybrid bibliometric method to identify new directions for theory and research. *European Management Review*. <https://doi.org/10.1111/emre.12599>
- Mair, J., & Marti, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36-44. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- Mair, J., & Nobao, E. (2006). Social entrepreneurship: How intentions to create a social venture are formed. In *Social entrepreneurship* (pp. 121-135). London: Palgrave Macmillan UK.
- Meoli, A., Fini, R., Sobrero, M., & Wiklund, J. (2020). How entrepreneurial intentions influence entrepreneurial career choices: The moderating influence of social context. *Journal of Business Venturing*, 35(3), 105982. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.105982>

- Peredo, A. M., & McLean, M. (2006). Social entrepreneurship: A critical review of the concept. *Journal of World Business*, 41(1), 56-65. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.10.007>
- Rueda, G., Gerdri, P., & Kocaoglu, D. F. (2007). Bibliometrics and social network analysis of the nanotechnology field. In *PICMET'07-2007 Portland international conference on management of engineering & technology* (pp. 2905-2911). IEEE. <https://doi.org/10.1109/PICMET.2007.4349633>
- Ruiz-Alba, J. L., Guzman-Parra, V. F., Vila Oblitas, J. R., & Morales Mediano, J. (2021). 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>
- Ruiz-Rosa, I., Gutiérrez-Taño, D., & García-Rodríguez, F. J. (2020). Social entrepreneurial intention and the impact of COVID-19 pandemic: A structural model. *Sustainability*, 12(17), 6970. <https://doi.org/10.3390/su12176970>
- Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social entrepreneurship research: Past achievements and future promises. *Journal of management*, 45(1), 70-95. <https://doi.org/10.1177/0149206318793196>
- Salamzadeh, A., Azimi, M. A., & Kirby, D. A. (2013). Social entrepreneurship education in higher education: insights from a developing country. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 20(1), 17-34. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2013.055691>
- Santos, F. M. (2012). A positive theory of social entrepreneurship. *Journal of business ethics*, 111(3), 335-351. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1413-4>
- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship*. University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Tajpour, M., & Hosseini, E. (2021). Entrepreneurial intention and the performance of digital startups: The mediating role of social media. *Journal of Content, Community & Communication*, 13(1), 2-15. <https://doi.org/10.31620/JCCC.06.21/02>
- Tan, L. P., Le, A. N. H., & Xuan, L. P. (2020). A systematic literature review on social entrepreneurial intention. *Journal of Social Entrepreneurship*, 11(3), 241-256. <https://doi.org/10.1080/19420676.2019.1640770>
- Tran, A. T., & Korfflesch, H. V. (2017). Factors influencing social entrepreneurial intention: A theoretical model. *International Journal of Management and Applied Science*, 3(12), 38-44.
- Tran, A. T., & Von Korfflesch, H. (2016). A conceptual model of social entrepreneurial intention based on the social cognitive career theory. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1), 17-38. <https://doi.org/10.1108/APJIE-12-2016-007>
- Turan, M., & Kara, A. (2018). Online social media usage behavior of entrepreneurs in an emerging market: Reasons, expected benefits and intentions. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 20(2), 273-291. <https://doi.org/10.1108/JRME-09-2016-0034>
- Vallaster, C., Kraus, S., Lindahl, J. M. M., & Nielsen, A. (2019). Ethics and entrepreneurship: A bibliometric study and literature review. *Journal of Business Research*, 99, 226-237. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.050>

- Van Eck, N., & 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>
- Waltman, L., Van Eck, N. J., & Noyons, E. C. (2010). A unified approach to mapping and clustering of bibliometric networks. *Journal of informetrics*, 4(4), 629-635. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.07.002>
- Wang, W., Cao, Q., Zhuo, C., Mou, Y., Pu, Z., & Zhou, Y. (2021). COVID-19 to green entrepreneurial intention: Role of green entrepreneurial self-efficacy, optimism, ecological values, social responsibility, and green entrepreneurial motivation. *Frontiers in Psychology*, 12, 732904. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.732904>
- Yunus, M. (2011). *Las empresas sociales: una nueva dimensión del capitalismo para atender las necesidades más acuciantes de la humanidad*. Grupo Planeta Spain.
- Zhu, J., & Liu, W. (2020). A tale of two databases: The use of Web of Science and Scopus in academic papers. *Scientometrics*, 123(1), 321-335. <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03387-8>