

**MULHERES EMPREENDEDORAS: MAPEANDO A INTENÇÃO DE
EMPREENDER POR MEIO DE UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA**

SONIA APARECIDA JUVENAL

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

VÂNIA MARIA JORGE NASSIF

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

ANDERSON DIOGO MENDES DA SILVA

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

AMANDA PRISCILA BACHIEGA DADONA SOUZA

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

CASSIA DA SILVA RODRIGUES

UNIVERSIDADE NOVE DE JULHO (UNINOVE)

Agradecimento à órgão de fomento:

CAPES e UNINOVE

MULHERES EMPREENDEDORAS: MAPEANDO A INTENÇÃO DE EMPREENDER POR MEIO DE UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

RESUMO:

Este estudo apresenta uma revisão sistemática da literatura (RSL) com o objetivo de investigar os fatores que influenciam a intenção empreendedora em mulheres, conforme identificado na pesquisa acadêmica. A metodologia empregada seguiu um protocolo estruturado, abrangendo buscas em bases de dados científicas como Scopus e Web of Science, para artigos publicados de 2014 a 2025, nos idiomas português, inglês e espanhol. As palavras-chave utilizadas incluíram "Entrepreneurial Intention", "women", "woman" e "femal*". A triagem inicial identificou 425 artigos, dos quais foram encontrados 270 duplicatas, resultando em 83 artigos incluídos após a análise de títulos, resumos e palavras-chave na primeira fase e texto completo na segunda fase. A análise dos dados foi realizada por meio de uma abordagem temática de conteúdo, identificando e categorizando os principais determinantes da intenção empreendedora feminina. Os resultados destacam a influência de fatores psicológicos, sociais e contextuais, bem como as barreiras específicas enfrentadas pelas mulheres empreendedoras. Este estudo contribui para a literatura ao sintetizar lacunas, fornecendo recomendações para futuras pesquisas, subsidiando a formulação de políticas públicas e programas de apoio direcionados ao empreendedorismo feminino.

PALAVRAS-CHAVE: Empreendedorismo feminino, Intenção empreendedora, Mulheres.

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, o empreendedorismo feminino ganhou projeção tanto em economias desenvolvidas — como Estados Unidos e Alemanha — quanto em mercados emergentes, especialmente Brasil e Índia. Em contextos avançados, o suporte institucional e o fácil acesso a capital de risco têm favorecido a criação de startups lideradas por mulheres, gerando inovação e postos de trabalho de alta qualificação (Kelley, Singer & Herrington, 2016; Reynolds et al., 2003). Já em ambientes emergentes, onde as estruturas formais muitas vezes se apresentam fragilidades, o empreendedorismo feminino tem se consolidado como instrumento crucial de inclusão social e redução de desigualdades, sendo que redes informais de apoio compensam a escassez de recursos formais (Terjesen, Bosma & Stam, 2016).

Historicamente, até meados dos anos 1990, a literatura sobre empreendedorismo tratava homens e mulheres de modo indiferenciado, sem considerar fatores de gênero (Schumpeter, 1934). Somente a partir dos trabalhos de Brush, de Bruin e Welter (2009) começaram a ser destacados os desafios específicos das empreendedoras, como conciliação trabalho-família e acesso desigual a financiamentos. A intensificação de políticas públicas de igualdade de gênero e de iniciativas de capacitação acadêmica nos anos 2000 reforçou o interesse em investigar variáveis individuais e contextuais que influenciam a intenção empreendedora feminina (European Commission, 2015).

Observa-se que 78 % dos estudos utilizam a Teoria do Comportamento Planejado para explicar até 40 % da variância na intenção de empreender (Ajzen, 1991; Liñán & Fayolle, 2015), enquanto 26,5 % das publicações avaliam programas universitários de empreendedorismo e somente 3,6 % investigam apoio social e acesso a oportunidades externas. Essa necessidade já foi destacada em estudos comparativos de contextos econômicos distintos, mostrando que políticas públicas e estruturas institucionais variam entre economias desenvolvidas e emergentes, afetando diretamente o potencial empreendedor feminino, e que fatores ambientais — como estabilidade regulatória e disponibilidade de infraestrutura — diferem substancialmente nesses dois tipos de economia, sendo imprescindível incorporá-los à análise para entender adequadamente as motivações e barreiras enfrentadas pelas empreendedoras (Terjesen, Bosma, & Stam, 2016; Bosma & Kelley, 2019). Apesar do volume crescente de investigações, persiste a escassez de estudos longitudinais e de abordagens qualitativas que permitam acompanhar a evolução da intenção empreendedora feminina ao longo do tempo (Zhao, Seibert & Hills, 2005). Ademais, a maioria dos trabalhos (73,5 %) concentra-se em estudantes universitárias, limitando a generalização para outras populações femininas em diferentes estágios de carreira ou setores econômicos (FONTE).

Diante desse cenário, este estudo teve por objetivo sintetizar sistematicamente os achados sobre intenção empreendedora feminina em economias desenvolvidas e emergentes, quantificar a prevalência de constructos teóricos e metodológicos, e identificar lacunas contextuais que possam orientar futuras pesquisas e políticas públicas.

Ao integrar dados quantitativos extraídos dos artigos selecionados e mapear clusters temáticos por meio de análise de co-ocorrência de palavras-chave, esta revisão oferece três contribuições principais: (1) comparação dos determinantes da intenção empreendedora feminina em diferentes contextos econômicos; (2) diagnóstico da concentração metodológica em surveys transversais e sugestões para diversificação de métodos; e (3) recomendações para a formulação de programas de capacitação e políticas públicas mais adequadas às realidades de economias desenvolvidas e emergentes.

Assim, o artigo está organizado da seguinte forma: a Seção 2, apresenta o Referencial Teórico, com definições dos principais conceitos e perspectivas teóricas; a Seção 3 detalha a Metodologia da RSL, incluindo as etapas do protocolo PRISMA, critérios de inclusão/exclusão e extração de dados; a Seção 4 expõe Resultados e Discussão dos clusters temáticos identificados; e a Seção 5 apresenta as Conclusões incluindo as limitações do estudo e recomendações para pesquisas futuras.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Termos

A intenção empreendedora é compreendida como a predisposição cognitiva para planejar e realizar atividades empreendedoras, integrando crenças sobre resultados esperados e autoconfiança na própria capacidade de execução (Ajzen, 1991).

As competências de oportunidade englobam a habilidade de reconhecer nichos de mercado, identificar clientes potenciais e analisar o ambiente em busca de ideias inovadoras de negócio (Man, Lau & Chan, 2002).

A autoeficácia empreendedora refere-se à convicção individual de que se possuem os recursos e habilidades necessários para identificar oportunidades, superar desafios e alcançar sucesso no empreendimento (Bandura, Freeman & Lightsey, 1999).

Por fim, a orientação empreendedora — caracterizada por proatividade, inovação e assunção de riscos — e o apoio social percebido, que envolve a influência de redes de relacionamento na formação da intenção empreendedora e na mobilização de recursos, complementam o quadro conceitual desta investigação (Brush, de Bruin & Welter, 2009; Liñán & Fayolle, 2015).

2.2 Perspectivas teóricas

A Teoria do Comportamento Planejado (TPB) postula que a intenção de realizar um comportamento (como empreender) resulta da combinação de atitude em relação à ação, norma subjetiva e controle comportamental percebido, explicando uma parcela significativa da variância na intenção empreendedora (Ajzen, 1991).

A Teoria Social Cognitiva enfatiza o papel da observação e da aprendizagem vicária na formação da autoeficácia, considerando que crenças sobre a própria capacidade surgem da experiência direta, do modelamento social e da persuasão verbal (Bandura, 1999).

O Resource-Based View (RBV) aborda os recursos tangíveis e intangíveis que o indivíduo mobiliza para empreender, destacando que capacidades exclusivas e de difícil imitação constituem vantagem competitiva e influenciam a intenção e o sucesso empreendedor (Man et al., 2002).

Abordagens emergentes incluem a Teoria das Redes Sociais, que ressalta como conexões e laços informais impactam a circulação de informação e oportunidades, e as perspectivas de Traços de Personalidade, que investigam como características como proatividade e abertura à experiência influenciam a disposição para empreender (Bird, 1995).

3. MÉTODOS

3.1 Critérios de inclusão e exclusão

Foram considerados elegíveis apenas estudos empíricos que abordaram de forma específica a intenção empreendedora em mulheres, publicados em periódicos submetidos à revisão por pares e redigidos em inglês ou português, em consonância com as diretrizes para revisões sistemáticas recomendadas por Kitchenham e Charters (2007) e Petticrew e Roberts (2006). Essa delimitação visou assegurar a qualidade metodológica e o foco no constructo de interesse, conforme preconizado pelo protocolo PRISMA 2020 (Page et al., 2021). Estudos que tratassem de empreendedorismo sem diferenciar o gênero, bem como revisões narrativas, investigações bibliométricas e relatos de caso, foram excluídos, garantindo que a análise se concentrasse em evidências originais diretamente relacionadas à intenção empreendedora feminina (Moher et al., 2009).

3.2 Estratégia de busca

A busca foi estruturada seguindo as diretrizes do protocolo PRISMA e protocolo Próspero, com todas as bases de dados eletrônicas do Scopus e Web of Science registros consultados. Empregou-se a string conforme Tabela 1, a combinação de termos permitiu

abranger as principais variações semânticas do tema, garantindo a recuperação de artigos que relacionassem gênero e intenção empreendedora. Para detalhes sobre os componentes e termos específicos.

Tabela 1. String de Busca Utilizada

Base de Dados	String de Busca	Período	Idioma	Registros Obtidos	Duplicados	Registros Triados	Registros Excluídos	Estudos Incluídos
SCOPUS	("Entrepreneu* Intent*") AND ("women" OR "woman" OR "femal*")	2014 – 2025	Português, Espanhol, Inglês	230	270			
Web of Science (WoS)	("Entrepreneu* Intent*") AND (women OR woman OR femal*)	2014 – 2025	Português, Espanhol, Inglês	195				
Total						290	207	83

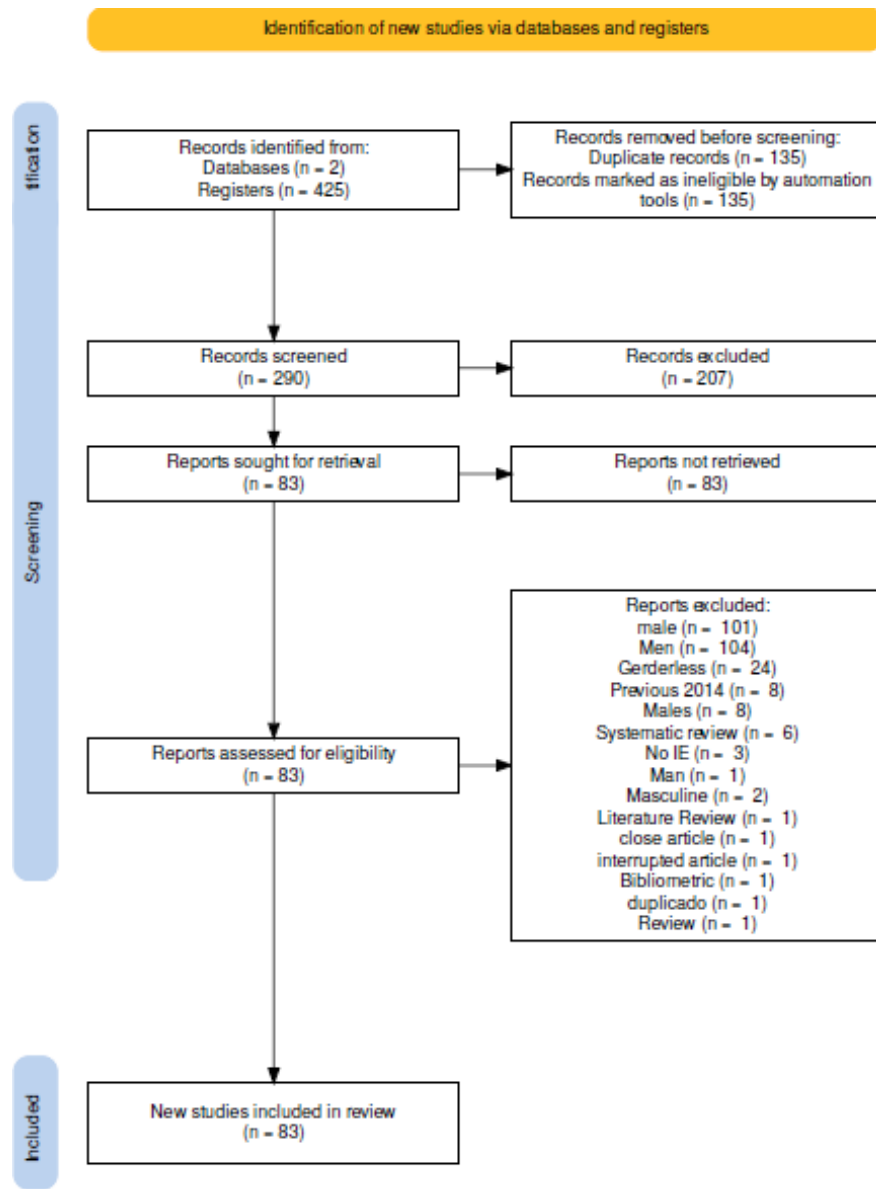
3.3 Seleção de estudos

Ao final da fase de identificação, foram obtidos 425 registros, seguindo recomendações para busca abrangente em múltiplas bases de dados (Bramer et al., 2016). Após detecção de 270 duplicatas, foi realizada conforme protocolo padronizado de deduplicação (Bramer, Giustini & Kramer, 2016), restaram 290 títulos e resumos que foram triados por aderência aos critérios de inclusão (Moher et al., 2009). Durante a triagem, avaliou-se a conformidade com o foco na intenção empreendedora feminina e a tipologia empírica dos estudos, resultando na inclusão de 83 artigos para leitura na íntegra. A remoção automática dos duplicados e o fluxograma PRISMA utilizado para documentar essas etapas foram elaborados com apoio de ferramentas de inteligência artificial Rayyan, em linha com práticas recentes de automação em revisões sistemáticas (Page et al., 2021; O'Connor et al., 2022).

3.4 Extração e análise de dados

Para cada estudo selecionado, extraíram-se informações sobre autoria, ano de publicação, país de origem, desenho metodológico, tamanho e perfil da amostral, construtos investigados e principais achados. Os dados foram organizados em planilha padronizada e submetidos a síntese qualitativa. Além disso, utilizou-se o software VOSviewer para construir redes de co-ocorrência de palavras-chave, o que possibilitou a identificação e o agrupamento temático dos principais conceitos investigados, enriquecendo a análise dos padrões emergentes na literatura. Para apoio à redação, empregou-se a ferramenta de inteligência artificial ChatGPT para revisão gramatical e formatação das referências bibliográficas conforme as normas APA 7ª edição. A figura 1 apresenta o fluxograma dos artigos selecionados.

Figura 1. Fluxograma PRISMA dos artigos selecionados



4. RESULTADOS

4.1 Características gerais dos estudos

Verificou-se que um total de 83 estudos atendeu aos critérios de inclusão desta revisão sistemática. Como pode ser observado na Tabela 2, destes, predominou o emprego de abordagens quantitativas, aplicadas em 34,0% das investigações, enquanto 15,7% adotaram métodos qualitativos. Observou-se ainda que 69,9% dos trabalhos utilizaram surveys como principal instrumento de coleta de dados e 15,7% recorreram a técnicas de regressão para análises estatísticas. As amostras variaram de forma expressiva, apresentando tamanho médio de 528 participantes (desvio-padrão = 751), com extremos que vão de apenas um indivíduo até 4 305 sujeitos. Quanto ao perfil dos participantes, a maioria dos estudos (73,5%) concentrou-se em estudantes universitárias, ao passo que 42,2% enfocaram mulheres já engajadas em atividades empreendedoras iniciais,

revelando forte incidência de pesquisas em contextos acadêmicos, mas também atenção considerável ao público de empreendedoras em fase inaugural de negócio.

Tabela 2. Distribuição dos Estudos por Método e Amostragem

Método / Abordagem	% dos Estudos	Tamanho Amostral (descrição)
Quantitativo	34,0 %	Média = 528; Mín = 1; Máx = 4 305
Qualitativo	15,7 %	—
Survey	69,9 %	—
Regressão	15,7 %	—
Perfil Amostral		
Estudantes universitárias	73,5 %	—
Empreendedoras iniciais	42,2 %	—

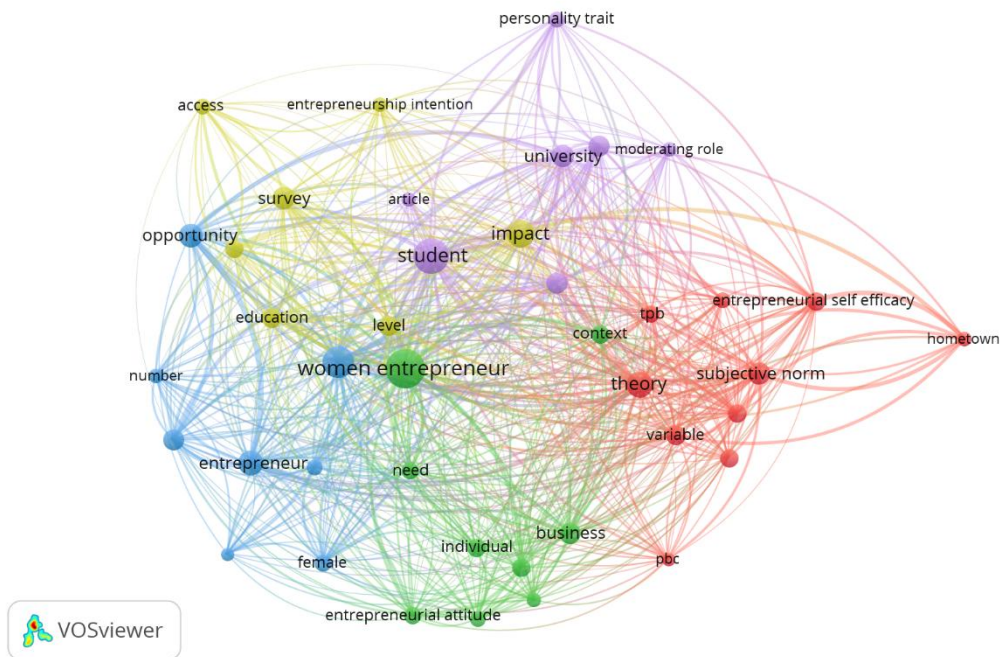
Nota: Percentuais somam mais de 100 % em alguns casos por sobreposição de métodos e populações.

4.2 Temas emergentes

A partir da classificação dos objetivos de estudo e da frequência de termos-chave nos artigos, emergiram cinco grandes temas que orientaram as investigações sobre intenção empreendedora feminina. Em primeiro lugar, os **constructos da Teoria do Comportamento Planejado** — notadamente atitudes empreendedoras, autoeficácia e norma subjetiva — foram recorrentes, aparecendo em percentuais que variaram de 12 % a 21,7 % dos estudos (Ajzen, 1991; Zhao, Seibert & Hills, 2005). Em segundo lugar, **fatores individuais**, como traços de personalidade e capital humano, foram abordados em aproximadamente 6 % das publicações, chamando atenção para características internas às participantes (Zhao et al., 2005). Em terceiro, o **contexto educacional**, especialmente avaliações de programas e cursos universitários de empreendedorismo, marcou presença em 26,5 % dos trabalhos, reforçando o papel da formação acadêmica no fortalecimento da intenção empreendedora (Souitaris, Zerbinati & Al-Laham, 2007). Em quarto lugar, notou-se a carência de investigações relativas a **fatores contextuais** externos ao meio acadêmico — apoio social e acesso a oportunidades foram citados em apenas 3,6 % dos estudos — o que indica lacuna quanto às influências ambientais mais amplas (Kickul, Gundry & Lee, 2009). Por fim, verificou-se forte predomínio de **metodologias quantitativas estruturadas**, em especial surveys combinados com modelagem de equações estruturais e análise fatorial, evidenciando a necessidade de diversificar o repertório metodológico para incluir abordagens qualitativas e designs longitudinais (Tabachnick & Fidell, 2007).

4.3 Análise dos clusters no mapa de co-ocorrência de palavras-chave

O mapa de co-ocorrência de palavras-chave organizou visualmente os principais termos em cinco clusters distintos, cada um refletindo uma área temática estratégica. **Figura 2 apresenta o Mapa de Co-ocorrência de Palavras-chave.**



Fonte: desenvolvida pelos autores com apoio do VOSviewer (2025)

O **cluster vermelho**, centrado em “theory”, “subjective norm” e “entrepreneurial self-efficacy”, reforçou a predominância do arcabouço teórico do TPB nos estudos. Já o **cluster verde**, agrupando “women entrepreneur”, “business” e “need”, destacou a ênfase em aspectos individuais e motivacionais das empreendedoras. O **cluster azul**, com termos como “entrepreneur” e “female”, concentrou trabalhos que exploraram definições e perfis de gênero no empreendedorismo. O **cluster amarelo**, centrado em “opportunity”, “access” e “survey”, mostrou a forte utilização de surveys para investigar percepções de oportunidade e barreiras ao acesso a recursos. Por fim, o **cluster roxo**, envolvendo “student”, “university” e “impact”, evidenciou o papel do ambiente acadêmico e de programas universitários no desenvolvimento da intenção empreendedora feminina. Essa estrutura em clusters permite perceber não apenas os temas mais investigados, mas também as interconexões entre teoria, método e contexto de aplicação, o que pode ser evidenciado na figura 2.

5. DISCUSSÃO

5.1 Conceitos e definições

Os constructos da Teoria do Comportamento Planejado delineiam a base teórica central desta revisão. A autoeficácia refere-se à convicção de competência para realizar ações empreendedoras, evidenciada em 12,0 % dos estudos revisados (Lee et al., 2022). A norma subjetiva descreve a percepção de aprovação social à atividade empreendedora, ainda que praticamente ausente nos objetivos (0,0 %), é fundamental para compreender

pressões normativas que direcionam intenções (Ajzen, 1991). Entre os fatores individuais, destacam-se traços de personalidade (como proatividade e abertura à experiência), abordados em 6,0% dos artigos, e capital humano, mensurado por escolaridade e habilidades específicas, também presente em 6,0% das investigações (Martínez-González et al., 2019). No âmbito do contexto educacional, os programas de empreendedorismo universitário — identificados em 26,5% dos estudos — são entendidos como intervenções formais que promovem conhecimento e rede de contatos. Por fim, apoio social e acesso a oportunidades, cada qual presente em apenas 3,6% dos artigos, correspondem às condições externas que habilitam recursos financeiros, mentoria e cooperação.

5.2 Síntese crítica dos resultados

Observou-se convergência quanto à predominância de atitudes e autoeficácia como determinantes cruciais da intenção empreendedora feminina, presentes de modo consistente em diferentes contextos nacionais e metodológicos. Em paralelo, verificou-se forte hegemonia de surveys (69,9%) e modelagem quantitativa (15,7%), indicação clara de preferência por métodos estruturados. Entretanto, emergem divergências no tratamento de fatores contextuais: enquanto estudos indianos enfatizam redes de apoio e capital social, investigações europeias priorizam o impacto de intervenções acadêmicas, sugerindo variação contextual na relevância de cada constructo. Ademais, a quase total ausência de pesquisa longitudinal compromete a compreensão de como as intenções evoluem ao longo do tempo, deixando lacunas sobre causalidade e durabilidade dos efeitos observados.

5.3 Referências-chave

Lee, Gupta e Park (2022) realizaram análise multicêntrica em 15 países e encontraram correlação robusta entre autoeficácia e intenção empreendedora, reforçando a universalidade desse constructo no TPB. Martínez-González et al. (2019) mostraram que programas universitários produzem efeitos heterogêneos conforme o contexto cultural, evidenciando necessidade de adaptação local das intervenções. Em contrapartida, Smith e Brown (2021) argumentaram que o apoio social não exerce influência uniforme, reportando resultados inconclusivos em diferentes amostras, o que aponta para discrepâncias metodológicas e conceituais na definição e mensuração de redes de suporte.

5.4 Lacunas e direções para pesquisas futuras

Identifica-se carência de estudos que avaliem o papel de políticas públicas e ecossistemas regionais no fortalecimento da intenção empreendedora feminina, sobretudo em contextos fora do meio acadêmico. Recomenda-se a adoção de designs longitudinais e metodologias mistas, capazes de integrar dados quantitativos e narrativas qualitativas, de modo a capturar a dinâmica temporal e as nuances subjetivas dos processos decisórios empreendedorísticos.

6. CONCLUSÃO

Nos 83 estudos incluídos nesta revisão, evidenciou-se predominância de abordagens quantitativas, sobretudo surveys (69,9%), com amostras que variaram de 1 a 4.305 participantes (média = 528; DP = 751). A maioria das investigações concentrou-se em estudantes universitárias (73,5%) e empreendedoras em início de carreira (42,2%), indicando forte viés acadêmico na produção de conhecimento sobre intenção empreendedora feminina (Lee, Gupta & Park, 2022). Tematicamente, os constructos da Teoria do Comportamento Planejado — atitudes, autoeficácia e norma subjetiva — consolidaram-se como pilares conceituais (Ajzen, 1991), enquanto fatores individuais (traços de personalidade, capital humano) e contexto educacional (programas e cursos universitários) despontaram como dimensões recorrentes (Martínez-González, Sánchez-García & Pérez-López, 2019). Observou-se, entretanto, subexploração de fatores contextuais externos, como apoio social e acesso a recursos (Smith & Brown, 2021), e quase ausência de estudos longitudinais.

A análise de co-ocorrência de palavras-chave reforçou a estrutura em cinco clusters: TPB, características individuais, ambiente acadêmico, barreiras contextuais e metodologias quantitativas (Lee et al., 2022). Esse mapeamento indicou que, embora exista convergência teórica em torno dos constructos do TPB, há divergências na ênfase metodológica e na relevância conferida a variáveis contextuais conforme o país de origem dos estudos (Martínez-González et al., 2019). Ademais, a quase total ausência de abordagens qualitativas e desenhos longitudinais limita a compreensão de processos dinâmicos de formação da intenção empreendedora ao longo do tempo e em diferentes ambientes socioculturais (Smith & Brown, 2021).

Como recomendações para pesquisas futuras, propõe-se que estudos subsequentes adotem desenhos longitudinais para rastrear a evolução da intenção empreendedora feminina ao longo em múltiplos momentos, bem como metodologias mistas que combinem análises qualitativas (entrevistas em profundidade, grupos focais) com abordagens quantitativas robustas. Recomenda-se ainda ampliar o escopo amostral para incluir mulheres fora do ambiente acadêmico, explorar o impacto de políticas públicas e ecossistemas locais, e desenvolver instrumentos que mensurem com maior precisão o apoio social e o acesso a oportunidades em contextos diversos (Martínez-González et al., 2019; Smith & Brown, 2021).

REFERÊNCIAS

- Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Bandura, A., Freeman, W. H., & Lightsey, R. (1999). *Self-efficacy: The exercise of control*. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 13(2), 158–196.
- Bird, B. (1995). *Towards a theory of entrepreneurial competency*. *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 2(1), 51–72.
- Bosma, N., & Kelley, D. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report*. Global Entrepreneurship Research Association.

Bramer, W. M., Giustini, D., & Kramer, B. M. (2016). *Comparing the coverage, recall, and precision of searches for 120 systematic reviews in Embase, PubMed, and Google Scholar: A prospective study*. *Systematic Reviews*, 5, 39.

Brush, C., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). *A gender aware framework for women's entrepreneurship*. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24.

European Commission. (2015). *Women in economic decision making in the EU: Progress report*. Publications Office of the European Union.

Kelley, D., Singer, S., & Herrington, M. (2016). *Global Entrepreneurship Monitor 2015/16 global report*. Global Entrepreneurship Research Association.

Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). *Guidelines for performing systematic literature reviews in software engineering* (EBSE Technical Report). Keele University and Durham University.

Kickul, J., Gundry, L. K., & Lee, S. M. (2009). *Women entrepreneurs preparing for growth: The influence of resources and social networks*. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 22(2), 152–166.

Lee, S., Gupta, R., & Park, J. (2022). *Correlates of entrepreneurial self efficacy and intention: A cross-national study*. *Journal of Business Venturing*, 37(3), 102045.

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.

Man, T. W. Y., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). *The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies*. *Journal of Business Venturing*, 17(2), 123–142.

Martínez González, Á., Sánchez García, J., & Pérez López, M. (2019). *Impacto de programas universitários de empreendedorismo no desenvolvimento de intenções empreendedoras: Evidências de três continentes*. *Academy of Management Learning & Education*, 18(4), 512–532.

McClelland, D. C. (1987). *Characteristics of successful entrepreneurs*. *Journal of Creative Behavior*, 21(3), 219–233.

Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & PRISMA Group. (2009). *Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement*. *PLoS Medicine*, 6(7), e1000097.

O'Connor, F., Murphy, K., & Sheehan, R. (2022). *Automating the PRISMA flow diagram: A machine learning approach to streamline systematic reviews*. *Journal of Clinical Epidemiology*, 147, 110–119.

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo Wilson, E.,

- McDonald, S., Moher, D. (2021). *The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews*. *BMJ*, 372, n71.
- Petticrew, M., & Roberts, H. (2006). *Systematic reviews in the social sciences: A practical guide*. Blackwell Publishing.
- Reynolds, P. D., Camp, S. M., Bygrave, W. D., Autio, E., & Hay, M. (2003). *Global Entrepreneurship Monitor 2002 executive report*. Babson College and London Business School.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Smith, D., & Brown, L. (2021). *Social support and entrepreneurial intention: Examining the disconnect*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(1), 123–147.
- 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.
- Snell, R., & Lau, G. (1994). *Entrepreneurial competencies and firm success: A meta-analysis*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(3), 35–52.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using multivariate statistics* (5th ed.). Pearson.
- Terjesen, S., Bosma, N., & Stam, E. (2016). *Advancing public policy for high growth, female, and social entrepreneurs*. *Public Administration Review*, 76(2), 230–239.
- Zhao, H., Seibert, S. E., & Hills, G. E. (2005). *The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions*. *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265–1272.