

<https://doi.org/10.69639/arandu.v11i2.349>

Estrategias Digitales Basadas en IA para Potenciar el Liderazgo Femenino en el Emprendimiento Tecnológico

AI-Based Digital Strategies to Enhance Female Leadership in Technological Entrepreneurship

Jorge Tulio Carrión González

tcarrion@umet.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-8971-0628>

Universidad Metropolitana

Grace Isabel Camacho Chamba

gicc.1992@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-8570-3949>

Investigador Independiente

Ecuador

Fernando Juca Maldonado

fjuca@umet.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-7430-2157>

Universidad Metropolitana

Jean Michel Palomeque Jaramillo

jmpalomeque@umet.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-2791-4473>

Universidad Metropolitana

*Artículo recibido: 20 agosto 2024 - Aceptado para publicación: 26 septiembre 2024
Conflictos de intereses: Ninguno que declarar*

RESUMEN

Esta investigación explora cómo las estrategias digitales basadas en inteligencia artificial (IA) pueden potenciar el liderazgo femenino en el emprendimiento tecnológico. Se examina la influencia de la IA en la transformación digital de negocios dirigidos por mujeres y las metodologías efectivas en este contexto específico. Se realizó una revisión bibliográfica mediante la búsqueda y análisis de literatura relevante en bases de datos académicas como Google Scholar, Scopus y IEEE Xplore. Se utilizaron palabras clave como "Inteligencia Artificial", "Liderazgo Femenino", "Emprendimiento Tecnológico" y "Transformación Digital". Se establecieron criterios de inclusión y exclusión para seleccionar estudios empíricos, revisiones teóricas y casos de estudio pertinentes al tema. La literatura seleccionada fue organizada y sintetizada para identificar patrones, tendencias y brechas en el conocimiento existente. La revisión revela que las estrategias digitales basadas en IA, como el análisis de datos y la automatización de procesos, han mostrado tener un impacto positivo en la eficiencia operativa y la capacidad de innovación de los negocios liderados por mujeres. Sin embargo, persisten barreras significativas, como la falta de conocimientos técnicos y el acceso limitado a recursos

tecnológicos. Se destaca la importancia de la formación en IA para mejorar la adopción y el aprovechamiento de estas tecnologías. Se concluyó que la implementación de estrategias digitales basadas en IA puede ser crucial para el crecimiento y éxito de las mujeres emprendedoras. Es esencial promover programas de formación y facilitar el acceso a herramientas tecnológicas para superar las barreras identificadas. Futuros estudios deberían enfocarse en desarrollar programas específicos de capacitación y evaluar el impacto a largo plazo de estas estrategias en el empoderamiento femenino y el desarrollo económico local.

Palabras clave: inteligencia artificial, liderazgo femenino, emprendimiento tecnológico, transformación digital, estrategias digitales

ABSTRACT

This research explores how artificial intelligence (AI)-based digital strategies can empower female leadership in technology entrepreneurship. It examines the influence of AI on the digital transformation of women-led businesses and effective methodologies in this specific context. A literature review was conducted by searching and analysing relevant literature in academic databases such as Google Scholar, Scopus and IEEE Xplore. Keywords such as ‘Artificial Intelligence’, ‘Women's Leadership’, ‘Technological Entrepreneurship’ and ‘Digital Transformation’ were used. Inclusion and exclusion criteria were established to select empirical studies, theoretical reviews and case studies relevant to the topic. The selected literature was organised and synthesised to identify patterns, trends and gaps in existing knowledge. The review reveals that AI-based digital strategies, such as data analytics and process automation, have been shown to have a positive impact on the operational efficiency and innovativeness of women-led businesses. However, significant barriers remain, such as lack of technical skills and limited access to technological resources. The importance of AI training to improve the adoption and uptake of these technologies is highlighted. It was concluded that the implementation of AI-based digital strategies can be crucial for the growth and success of women entrepreneurs. It is essential to promote training programmes and facilitate access to technological tools to overcome the barriers identified. Future studies should focus on developing specific training programmes and evaluating the long-term impact of these strategies on women's empowerment and local economic development.

Keywords: artificial intelligence, women's leadership, technological entrepreneurship, digital transformation, digital strategies

Todo el contenido de la Revista Científica Internacional Arandu UTIC publicado en este sitio está disponible bajo licencia Creative Commons Attribution 4.0 International. 

INTRODUCCIÓN

En la era de la transformación digital, la inteligencia artificial (IA) se ha convertido en una herramienta crucial para impulsar la eficiencia y la innovación en diversos sectores (García Zuluaga, 2023; Aparicio-Gómez, et al. 2023). En particular, el emprendimiento tecnológico ha visto un crecimiento significativo gracias a la adopción de tecnologías basadas en IA (Delgado, 2016; Cruz, et al. 2023). Sin embargo, a pesar de estos avances, las mujeres emprendedoras enfrentan desafíos únicos que limitan su capacidad para aprovechar plenamente estas oportunidades tecnológicas (Bustamante Orellana, 2024).

Este estudio se enfoca en explorar cómo las estrategias digitales basadas en IA pueden potenciar el liderazgo femenino en el emprendimiento tecnológico. La investigación busca entender el impacto de la IA en la transformación digital de los negocios dirigidos por mujeres y las metodologías más efectivas para fomentar su adopción y éxito.

El estudio de sobre el uso de las TIC en la enseñanza universitaria subraya la importancia de estas tecnologías para la formación continua y el desarrollo de habilidades en el ámbito educativo (Salcedo-Frisancho & Pain-Lecaros, 2023). De manera similar, las TIC pueden ser herramientas poderosas para capacitar a las mujeres emprendedoras y líderes en el sector tecnológico, brindándoles acceso a recursos educativos y oportunidades de aprendizaje continuo (Vela, 2021).

El emprendimiento femenino ha demostrado ser un motor importante para el desarrollo económico y social siendo reconocido como un factor fundamental en la creación de empleo, la innovación y el crecimiento económico de las naciones Viquez-Paniagua (2024) Moscoco-Paucarchuco, 2023). En este sentido, el emprendimiento femenino no solo impulsa la creación de oportunidades de ingreso y empleo, sino que también favorece mejoras en las condiciones económicas y sociales de las comunidades donde operan (Pinto, 2023). El emprendimiento femenino se ha consolidado como una opción profesional cada vez más frecuente y habitual para las mujeres, reflejando un cambio significativo en términos de género y reconociendo la capacidad innovadora y creativa de las emprendedoras (Nevárez et al., 2022).

Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), las mujeres que emprenden contribuyen significativamente a la innovación y a la creación de empleo. Sin embargo, su tasa es menor que la de hombres emprendedores en la mayoría de los lugares alrededor del mundo. Además, las emprendedoras suelen enfrentar barreras como el acceso limitado a recursos financieros y tecnológicos, y la falta de redes de apoyo y mentoría (Küçükaltan, 2021). En este contexto, la IA ofrece un potencial considerable para superar algunas de estas barreras, al proporcionar herramientas que pueden automatizar procesos, mejorar la toma de decisiones y personalizar experiencias para los clientes.

Estudios previos como el de Cruz et al., (2020), Morales López et al. (2024), Martínez, (2024), Fernández, (2024) han mostrado que la adopción de IA puede mejorar la eficiencia operativa, aumentar la capacidad de innovación y proporcionar ventajas competitivas a los negocios. Es por esto que, es importante revisar la literatura existente con temas que aborden específicamente cómo estas tecnologías pueden ser utilizadas para empoderar a las mujeres emprendedoras y fomentar el liderazgo femenino en el sector tecnológico.

Este estudio es crucial para llenar las lagunas en la literatura existente y proporcionar una base sólida para futuras investigaciones y políticas que promuevan el liderazgo femenino en el emprendimiento tecnológico. Al comprender las estrategias digitales basadas en IA que pueden potenciar a las mujeres emprendedoras, se pueden diseñar programas de capacitación y políticas públicas que faciliten su adopción y éxito.

Estrategias digitales eficientes

Para potenciar a las mujeres emprendedoras y fomentar el liderazgo femenino en el sector tecnológico a través de estrategias digitales eficientes, es fundamental considerar la adopción de herramientas y enfoques innovadores. Entre las estrategias digitales clave se encuentran:

1. Capacitación en tecnologías emergentes: Brindar capacitación en tecnologías emergentes como inteligencia artificial, big data, y análisis de datos para empoderar a las mujeres emprendedoras y líderes en el sector tecnológico Treviño-Reyes (2020). Estas habilidades permitirán aprovechar al máximo las oportunidades que ofrecen las tecnologías digitales.

2. Innovación abierta: Fomentar la innovación abierta como una estrategia para generar ventaja competitiva en el mercado empresarial (Romero et al., 2022).

3. Transformación Digital: Implementar la transformación digital en las empresas lideradas por mujeres para construir nuevos modelos de negocio, procesos eficientes y sistemas que generen ventajas competitivas (Terán et al., 2023).

4. Marketing Digital: Utilizar estrategias de marketing digital, como el Marketing 5.0, para alcanzar una ventaja competitiva en el mercado (Morales López et al., 2024). La combinación de inteligencia artificial y marketing puede ser una herramienta poderosa para llegar a nuevos clientes y aumentar la visibilidad de los negocios liderados por mujeres.

5. Gestión del conocimiento: Promover la cooperación empresarial y la gestión del conocimiento para acelerar la innovación y el desarrollo de capacidades en el sector tecnológico (Vega Martínez et al., 2024). Compartir conocimientos y experiencias puede enriquecer las prácticas empresariales y fortalecer la posición competitiva de las emprendedoras.

6. Responsabilidad Social Corporativa (RSC): Integrar la RSC como una herramienta para el desarrollo de ventajas competitivas sostenibles en las empresas lideradas por mujeres (Maldonado

Gómez et al., 2024). La RSC puede ser una clave diferenciadora en un mercado cada vez más consciente de las prácticas empresariales responsables.

7. Análisis de datos: Utilizar la analítica de datos como una ventaja competitiva en las organizaciones lideradas por mujeres (Sánchez-Quevedo & Cabrera, 2022).

Barreras y facilitadores

Las mujeres emprendedoras que intentan adoptar tecnologías basadas en IA se enfrentan a diversas barreras que pueden dificultar este proceso, algunas de ellas son:

1. Falta de acceso a recursos financieros: La falta de acceso a financiamiento adecuado y asequible puede ser una barrera significativa para las mujeres emprendedoras que desean adoptar tecnologías basadas en IA (García, 2023; Morante et al., 2024).

2. Brecha digital de género: Existe una brecha digital de género que puede dificultar el acceso de las mujeres emprendedoras a la formación y capacitación en tecnologías basadas en IA (García, 2023). La falta de acceso a la educación y la capacitación en IA puede limitar las oportunidades de las mujeres para adoptar estas tecnologías de manera efectiva (Nevárez et al., 2022).

3. Falta de conocimiento y capacitación especializada: La falta de conocimiento y capacitación especializada en IA puede ser una barrera importante para las mujeres emprendedoras (García, 2023). La complejidad de las tecnologías basadas en IA y la falta de habilidades técnicas pueden dificultar su adopción y uso efectivo en los negocios (Paredes et al., 2019; Peña et al., 2020).

4. Desconfianza y temor al fracaso: El temor al fracaso y la falta de confianza en las propias habilidades para implementar tecnologías basadas en IA pueden ser barreras psicológicas que enfrentan las mujeres emprendedoras (García, 2023). El miedo a cometer errores o a no poder aprovechar plenamente las tecnologías puede limitar su disposición a adoptar soluciones basadas en IA (Quintero, 2020).

5. Falta de modelos a seguir: La falta de modelos a seguir y de referentes femeninos en el ámbito de la tecnología y la IA puede ser una barrera para las mujeres emprendedoras que buscan adoptar estas tecnologías (García, 2023). La escasez de referentes femeninos en el campo de la inteligencia artificial limita significativamente la participación de las mujeres en este sector. Esta falta de representación no solo limita la diversidad y las perspectivas en el desarrollo de la IA, sino que también genera una sensación de que este campo es inaccesible para las mujeres, lo que a su vez puede afectar su confianza y autoestima profesional (Sandoval, 2023).

Por otro lado, algunos factores que pueden facilitar la adopción de tecnologías basadas en IA por parte de las mujeres emprendedoras incluyen:

1. Acceso a programas de capacitación especializada: La disponibilidad de programas de capacitación especializados en IA dirigidos específicamente a mujeres emprendedoras pueden

facilitar su adopción de estas tecnologías (García, 2023). La formación en habilidades técnicas y conocimientos especializados puede empoderar a las mujeres para implementar soluciones basadas en IA en sus negocios (Ribeiro et al., 2021).

2. Apoyo institucional y financiero: El apoyo institucional y financiero, como subvenciones, programas de mentoría y redes de apoyo, puede facilitar la adopción de tecnologías basadas en IA por parte de las mujeres emprendedoras (García, 2023). El respaldo de organizaciones gubernamentales, instituciones académicas y entidades financieras puede ayudar a superar las barreras financieras y de acceso a recursos.

3. Creación de espacios de colaboración y *networking*: La creación de espacios de colaboración, *networking* y mentoría entre mujeres emprendedoras y profesionales del sector tecnológico puede facilitar el intercambio de conocimientos y experiencias en torno a la adopción de tecnologías basadas en IA (García, 2023). La colaboración y el trabajo en red pueden brindar oportunidades de aprendizaje y crecimiento en este ámbito (Ribeiro et al., 2021).

Liderazgo femenino digital

La IA está impulsando una transformación en el liderazgo femenino en el emprendimiento tecnológico, superando barreras históricas y fomentando la igualdad de género (Acuña, 2021). Algunos factores clave que ilustran cómo la transformación digital, impulsada por la IA, puede influir en el desarrollo del liderazgo femenino en el emprendimiento tecnológico incluyen:

1. Acceso a oportunidades de aprendizaje y desarrollo: La transformación digital brinda a las mujeres emprendedoras acceden a oportunidades de aprendizaje y desarrollo en tecnologías avanzadas, incluida la IA, lo que les permite adquirir habilidades técnicas y liderazgo necesarios para competir en un entorno tecnológico en constante evolución (Li, 2024).

2. Empoderamiento a través de la innovación: La adopción de tecnologías basadas en IA en el emprendimiento tecnológico puede empoderar a las mujeres líderes al permitirles innovar, crear soluciones disruptivas y diferenciarse en el mercado, lo que a su vez fortalece su posición de liderazgo en la industria (IRFAN, 2023).

3. Mejora de la eficiencia y productividad: La implementación de tecnologías digitales, como la IA, puede mejorar la eficiencia operativa y la productividad de las empresas lideradas por mujeres, lo que les permite optimizar procesos, tomar decisiones informadas y alcanzar resultados comerciales exitosos (Feng et al., 2022).

4. Fomento de la colaboración y la diversidad: La transformación digital fomenta la colaboración y la diversidad al facilitar la participación de mujeres emprendedoras en redes de innovación y ecosistemas tecnológicos, lo que les brinda la oportunidad de conectarse con otros líderes y expertos en el campo (Li, 2024).

5. Creación de un entorno inclusivo: La adopción de tecnologías digitales promueve un entorno inclusivo y equitativo al ofrecer a las mujeres emprendedoras la oportunidad de liderar iniciativas de transformación digital, contribuir con ideas innovadoras y desafiar los estereotipos de género en el sector tecnológico (Topçuoğlu et al., 2023).

METODOLOGÍA

Diseño del estudio

Este estudio está diseñado como una revisión bibliográfica exhaustiva para explorar las estrategias digitales basadas en inteligencia artificial (IA) que pueden potenciar el liderazgo femenino en el emprendimiento tecnológico. La revisión bibliográfica permite recopilar, analizar y sintetizar información relevante. Este proceso no solo ayuda a establecer un marco teórico sólido, sino que también facilita la identificación de vacíos en la literatura existente, lo que puede guiar futuras investigaciones. Según García-Fernández (2024), la revisión bibliográfica permite establecer criterios de inclusión y exclusión que son cruciales para garantizar la calidad de la información recopilada.

La búsqueda de artículos de divulgación científica se basó en criterios de selección que garanticen la calidad, relevancia y accesibilidad de la información datados en los últimos cinco años (hasta junio de 2024). Estos criterios incluyen: la calidad de la fuente (Reyes & Moraga, 2020), la relevancia del contenido (Cabrera et al., 2023), la claridad del lenguaje (Roca & Pardo, 2023), la metodología utilizada (García-Ravidá & González Velázquez, 2019), la actualidad de la información (Buitrago & Torres 2022), la diversidad de perspectivas (Patiño-Montoya & Giraldo, 2020), publicados en castellano o lengua inglesa y de acceso libre al texto completo.

Se realizó una búsqueda de literatura en bases de datos académicas como Google Scholar, Scopus, IEEE Xplore y Web of Science, utilizando combinaciones de palabras clave como "Inteligencia Artificial", "Liderazgo Femenino", "Emprendimiento Tecnológico", "Transformación Digital" y "Estrategias Digitales".

En la primera búsqueda se encontraron un total de 483 documentos en Google Scholar, 33 en Scopus y 74 en IEEE Xplore. La segunda búsqueda se llevó a cabo considerando:

- El tipo de documento, excluyéndose aquellos que no fueran artículos.
- Su accesibilidad, eliminándose los documentos que no estaban en revistas de acceso abierto.
- La revisión y selección de literatura implicaron la lectura de abstracts y artículos completos.
- Se llevó a cabo un análisis crítico de las metodologías y resultados de los estudios, identificando temas y tendencias.
- Después de aplicar estos criterios, el número de documentos se redujo a 130.

Estos estudios se procesaron mediante Mendeley para eliminar duplicados, obteniéndose un total de 97 artículos para su selección. Finalmente, la muestra quedó reducida a 35 artículos, los cuales

están marcados con un asterisco en las referencias bibliográficas, además se estructuraron en secciones claras, desarrollando un marco conceptual basado en la literatura revisada y señalando lagunas en la investigación para futuras exploraciones.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La revisión bibliográfica se centró en tres objetivos principales: identificar estrategias digitales basadas en IA que potencien el liderazgo femenino en el emprendimiento tecnológico, comprender las barreras y facilitadores en la adopción de IA por mujeres emprendedoras y evaluar el impacto de la transformación digital en el liderazgo femenino.

Estrategias digitales basadas en IA

Se identificaron varias estrategias digitales basadas en IA que pueden mejorar la eficiencia operativa y la capacidad de innovación de los negocios liderados por mujeres:

- **Automatización de procesos:** La automatización de tareas administrativas y repetitivas mediante IA libera tiempo y recursos para que las emprendedoras se enfoquen en actividades estratégicas y creativas (Vela, 2021; Acuña, 2021; Camacho et al., 2023). Estas herramientas pueden facilitar la colaboración entre equipos, la asignación de tareas y el seguimiento del progreso. Según el estudio de, las empresarias enfrentan desafíos relacionados con la gestión de sus proyectos (Flores et al., 2023; Arumugam et al., 2023). Al implementar soluciones tecnológicas que simplifiquen la gestión, las emprendedoras pueden centrarse en la innovación y el crecimiento de sus negocios.
- **Análisis de datos:** Las emprendedoras pueden beneficiarse de herramientas que analicen grandes volúmenes de datos para descubrir nichos de mercado y áreas de innovación. destaca la importancia de la innovación en el emprendimiento tecnológico, y el uso de IA para la analítica puede permitir a las mujeres emprendedoras tomar decisiones informadas basadas en datos concretos (Quintero-Peña, 2020; Fernández et al., 2023; Culcay et al., 2024). Esto no solo mejora la viabilidad de sus proyectos, sino que también aumenta su confianza en la toma de decisiones estratégicas.
- **Personalización de experiencias:** La IA puede utilizarse para la implementación de chatbots y asistentes virtuales para mejorar la experiencia del usuario y facilitar el acceso a información relevante. Estos sistemas pueden proporcionar respuestas rápidas a preguntas frecuentes, guiar a las emprendedoras en el uso de herramientas digitales y ofrecer recursos educativos. Esto es especialmente útil para aquellas que pueden sentirse abrumadas por la tecnología. (Cruz et al., 2024; Flores et al., 2023).

Barreras y facilitadores en la adopción de IA

La revisión reveló varias barreras que limitan la adopción de IA por mujeres emprendedoras, así como factores que facilitan esta adopción:

Barreras

- **Falta de conocimientos técnicos:** Muchas mujeres emprendedoras carecen de la formación necesaria para implementar y utilizar herramientas de IA de manera efectiva. destacan que la capacitación en habilidades digitales es esencial para que las mujeres puedan aprovechar las oportunidades que ofrece la tecnología (Tejeiro-Koller et al., 2021). Sin el conocimiento adecuado, las emprendedoras pueden sentirse inseguras al adoptar tecnologías complejas, lo que puede llevar a una resistencia al cambio.
- **Acceso limitado a recursos tecnológicos:** Las mujeres emprendedoras a menudo enfrentan dificultades para obtener capital, lo que limita su capacidad para invertir en tecnologías avanzadas como la IA. Según un estudio de, el acceso a financiamiento es un factor crítico que afecta la adopción de tecnologías en el sector empresarial, y esta situación se puede extrapolar a otros sectores, incluyendo el tecnológico (García & Capitán, 2018; Paredes et al., 2019; Gómez et al., 2021). La falta de recursos financieros puede hacer que las emprendedoras se sientan desalentadas a adoptar nuevas tecnologías que requieren inversión inicial.
- **Apoyo institucional insuficiente:** Las mujeres emprendedoras a menudo carecen de acceso a redes profesionales que puedan proporcionar orientación y apoyo en la implementación de nuevas tecnologías (Abad et al., 2023). La investigación de sugiere que el empoderamiento de las mujeres en el ámbito empresarial se ve facilitado por la existencia de redes de apoyo que fomentan la colaboración y el intercambio de conocimientos (Morante et al., 2023; Hernández & Stan, 2023). Sin estas redes, las emprendedoras pueden sentirse aisladas y menos propensas a adoptar tecnologías innovadoras.

Facilitadores

- **Programas de capacitación:** La educación y la capacitación en habilidades digitales son fundamentales para empoderar a las mujeres emprendedoras y permitirles utilizar la IA de manera efectiva (Jiang et al., 2024). Según Sandoval-Álvarez (2023), la capacitación adecuada puede ayudar a las emprendedoras a superar la falta de conocimiento técnico y a sentirse más seguras en la adopción de nuevas tecnologías.
- **Redes de apoyo y mentoría:** Las redes que conectan a mujeres emprendedoras con mentores y expertos en tecnología pueden proporcionar el apoyo necesario para implementar soluciones de IA en sus negocios (Peña et al., 2020; Khushk et al., 2022). Lo antes mencionado destaca la importancia de las redes de emprendimiento femenino como un medio para generar oportunidades y fomentar el crecimiento

Impacto de la transformación digital en el liderazgo femenino

La transformación digital, impulsada por la IA, tiene un impacto positivo en el liderazgo femenino en el emprendimiento tecnológico:

- **Mejora de habilidades y confianza:** La capacitación en competencias digitales se ha vuelto crucial en un entorno laboral que valora cada vez más la tecnología. El liderazgo femenino se beneficia de la adquisición de habilidades tecnológicas, lo que permite a las mujeres liderar de manera más efectiva en un mundo digital (Medina, 2022; Hanh et al., 2019).
- **Promoción de un entorno inclusivo:** Las tecnologías digitales facilitan la creación de redes y comunidades de apoyo, promoviendo un entorno más inclusivo para las mujeres en tecnología (Arumugam et al., 2023). La digitalización ha permitido que las mujeres accedan a plataformas y redes que antes eran predominantemente masculinas. Según Vela (2021), la revolución digital ha transformado el mundo del trabajo, ofreciendo nuevas oportunidades para que las mujeres se involucren en sectores que históricamente han estado dominados por hombres. Esto incluye la posibilidad de participar en comunidades en línea, donde pueden compartir experiencias, recibir mentoría y establecer conexiones profesionales que faciliten su ascenso a posiciones de liderazgo.
- **Incremento en la innovación:** La IA permite a las emprendedoras experimentar con nuevas ideas y modelos de negocio, fomentando la innovación y la competitividad. La innovación de las mujeres emprendedoras ha dado lugar a una variedad de modelos de negocio que reflejan su capacidad para adaptarse y responder a las necesidades de sus comunidades. Desde el comercio electrónico hasta la economía social, estos modelos no solo generan ingresos, sino que también promueven el empoderamiento y la sostenibilidad (Alvarado et al., 2022; García & Capitán, 2018; Miranda et al., 2023).

La revisión bibliográfica identificó varias estrategias digitales basadas en IA que pueden mejorar la eficiencia operativa y la capacidad de innovación en los negocios liderados por mujeres. Entre estas estrategias se destacan la automatización de procesos, el análisis de datos y la personalización de experiencias. Además, se identificaron barreras importantes para la adopción de IA por parte de mujeres emprendedoras, como la falta de conocimientos técnicos, el acceso limitado a recursos tecnológicos y el insuficiente apoyo institucional. Sin embargo, también se destacaron facilitadores clave, incluyendo programas de capacitación en habilidades digitales y redes de apoyo y mentoría. La transformación digital, impulsada por la IA, tiene un impacto positivo en el liderazgo femenino, mejorando las habilidades, la confianza y fomentando un entorno inclusivo que promueve la innovación y la competitividad en el emprendimiento femenino. En conjunto, estos hallazgos

subrayan la importancia de abordar tanto las barreras como de potenciar los facilitadores para maximizar el impacto de la IA en el liderazgo y éxito de las mujeres emprendedoras.

DISCUSIÓN

Análisis de Estrategias Digitales Basadas en IA

Las estrategias digitales basadas en IA identificadas en esta revisión muestran un gran potencial para mejorar la eficiencia operativa y la capacidad de innovación en los negocios liderados por mujeres. La automatización de procesos es una herramienta poderosa que libera tiempo y recursos, permitiendo que las emprendedoras se enfoquen en actividades estratégicas y creativas. Vela (2021); Acuña, (2021); y; Camacho et al., (2023) destacan que la automatización facilita la colaboración entre equipos y la gestión de tareas, lo que es crucial para las emprendedoras que enfrentan desafíos en la gestión de proyectos, como lo señalan Flores et al. (2023); y; Arumugam et al., (2023). Este hallazgo sugiere que, al implementar soluciones de automatización, las mujeres emprendedoras pueden superar obstáculos administrativos y concentrarse en el crecimiento e innovación de sus negocios.

El análisis de datos, por otro lado, proporciona una ventaja competitiva al permitir que las emprendedoras descubran nichos de mercado y tomen decisiones informadas. Quintero-Peña (2020); Fernández et al., (2023); y; Culcay et al., (2024) subrayan que la utilización de IA en la analítica es fundamental para la innovación en el emprendimiento tecnológico. Este uso estratégico de los datos no solo mejora la viabilidad de los proyectos, sino que también incrementa la confianza de las emprendedoras en su toma de decisiones, un aspecto clave para el liderazgo efectivo.

La personalización de experiencias a través de IA, como el uso de chatbots y asistentes virtuales, también juega un papel importante en mejorar la experiencia del usuario y facilitar el acceso a la información relevante. Según Cruz et al. (2024); y; Flores et al., (2023) eliminar las barreras tecnológicas es esencial para el empoderamiento económico de las mujeres, y estas herramientas digitales pueden ser decisivas para aquellas emprendedoras que pueden sentirse abrumadas por la tecnología.

Barreras y Facilitadores en la Adopción de IA

A pesar de los beneficios potenciales, la adopción de IA por parte de mujeres emprendedoras se enfrenta a diversas barreras. La falta de conocimientos técnicos es una de las principales limitaciones, como lo indican Tejeiro-Koller et al. (2021), quienes señalan que la capacitación en habilidades digitales es crucial para que las mujeres puedan aprovechar las oportunidades que ofrece la tecnología. Sin esta capacitación, las emprendedoras pueden sentirse inseguras y resistentes al adoptar tecnologías complejas, lo que limita su capacidad para innovar y crecer.

Otra barrera significativa es el acceso limitado a recursos tecnológicos. García & Capitán, (2018); Paredes et al., (2019); y; Gómez et al., (2021) identifican el acceso a financiamiento como un

factor crítico que afecta la adopción de tecnologías avanzadas, una situación que es especialmente relevante en el contexto de las mujeres emprendedoras. La falta de recursos financieros puede desalentar a las emprendedoras de invertir en tecnologías como la IA, lo que limita su competitividad en el mercado.

El apoyo institucional insuficiente también emerge como una barrera, ya que muchas mujeres emprendedoras carecen de acceso a redes profesionales que puedan proporcionar la orientación y el apoyo necesario para implementar nuevas tecnologías. Abad et al., (2023); Morante et al. (2023); y; Hernández & Stan (2023) destacan la importancia de las redes de apoyo para el empoderamiento de las mujeres en el ámbito empresarial, señalando que sin estas redes, las emprendedoras pueden sentirse aisladas y menos propensas a adoptar tecnologías innovadoras.

En contraste, los facilitadores clave incluyen programas de capacitación en habilidades digitales y redes de apoyo y mentoría. Jiang et al., (2024) y Sandoval-Álvarez (2023) enfatizan que la capacitación adecuada puede ayudar a las emprendedoras a superar la falta de conocimiento técnico, aumentando su confianza y disposición para adoptar nuevas tecnologías. Las redes de apoyo, como las mencionadas por Peña et al. (2020) y Khushk et al., (2022), son igualmente importantes, ya que conectan a las mujeres emprendedoras con mentores y expertos en tecnología, proporcionando un entorno propicio para la implementación de soluciones de IA en sus negocios.

Impacto de la Transformación Digital en el Liderazgo Femenino:

La transformación digital, impulsada por la IA, tiene un impacto significativo en el liderazgo femenino en el emprendimiento tecnológico. Medina (2022) y Hanh et al., (2019) señalan que la capacitación en competencias digitales es crucial para que las mujeres lideren de manera efectiva en un mundo cada vez más digital. La adquisición de habilidades tecnológicas no solo mejora la capacidad de liderazgo, sino que también aumenta la confianza de las mujeres emprendedoras en su capacidad para dirigir sus negocios en un entorno tecnológico complejo.

Además, para Arumugam et al., (2023) la digitalización promueve un entorno inclusivo que facilita la participación de las mujeres en sectores tradicionalmente dominados por hombres. Vela (2021) destaca que la revolución digital ha transformado el mundo del trabajo, ofreciendo nuevas oportunidades para que las mujeres se involucren en la tecnología. Esto incluye el acceso a comunidades en línea, donde las emprendedoras pueden compartir experiencias, recibir mentoría y establecer conexiones profesionales que las ayuden a ascender a posiciones de liderazgo.

Finalmente, la IA fomenta la innovación entre las emprendedoras al permitirles experimentar con nuevas ideas y modelos de negocio. Alvarado et al. (2022); García & Capitán (2018); y; Miranda et al., (2023) señalan que la innovación liderada por mujeres ha dado lugar a modelos de negocio

adaptativos que responden a las necesidades de sus comunidades, promoviendo tanto el empoderamiento como la sostenibilidad.

Reconocimiento de limitaciones y futuras investigaciones

Este estudio, basado en una revisión bibliográfica, reconoce la limitación de depender exclusivamente de la literatura existente sin realizar investigaciones empíricas directas. Si bien los hallazgos son valiosos para comprender las barreras y facilitadores de la adopción de IA, así como el impacto de la transformación digital en el liderazgo femenino, futuras investigaciones podrían proporcionar una comprensión más profunda y matizada de estas dinámicas en contextos específicos.

Para abordar estas limitaciones, futuras investigaciones deberían incluir estudios que involucren entrevistas, encuestas y estudios de caso con mujeres emprendedoras. Esto permitiría obtener una comprensión más profunda y actualizada de los desafíos y oportunidades en la adopción de IA. Además, se recomienda explorar el impacto a largo plazo de los programas de capacitación y las redes de apoyo identificados como facilitadores en este estudio.

CONCLUSIÓN

Este estudio ha demostrado que la adopción de estrategias digitales basadas en inteligencia artificial (IA) tiene un enorme potencial para transformar el liderazgo femenino en el emprendimiento tecnológico. A través de una revisión bibliográfica exhaustiva, se identificaron diversas estrategias de IA que pueden mejorar la eficiencia operativa y la innovación en negocios dirigidos por mujeres, tales como la automatización de procesos, el análisis de datos y la personalización de experiencias.

Sin embargo, también se reconocieron barreras importantes que limitan la adopción de estas tecnologías, como la falta de conocimientos técnicos, el acceso limitado a recursos tecnológicos y el insuficiente apoyo institucional. Estas barreras subrayan la necesidad de programas de capacitación en habilidades digitales y la creación de redes de apoyo y mentoría, que podrían desempeñar un papel esencial en empoderar a las mujeres emprendedoras. La literatura revisada sugiere que superar estos obstáculos no solo facilitará la adopción de IA, sino que también potenciará el liderazgo femenino en un contexto de transformación digital.

Los hallazgos de este estudio pueden influir en el desarrollo de políticas que promuevan la igualdad de género en el emprendimiento tecnológico. La implementación de iniciativas que fortalezcan el acceso a recursos tecnológicos y financieros, así como el apoyo institucional, es clave para fomentar un entorno inclusivo. Asimismo, el estudio resalta la importancia de la capacitación continua en IA para que las mujeres emprendedoras puedan aprovechar plenamente el potencial de estas herramientas y liderar con éxito en un entorno cada vez más digitalizado.

REFERENCIAS

- Abad Pinto, Y., Abanto Cerna, L., Jiménez Chinga, R., Jurado Rosas, AA, Taype-Cruzado, CG, & Zeta Vite, A. (2023). Emprendimiento femenino, desarrollo humano y políticas públicas: el caso peruano. Actas de la 3ª Multiconferencia Internacional LACCEI sobre Emprendimiento, Innovación y Desarrollo Regional (LEIRD 202. <https://doi.org/10.18687/leird2023.1.1.285>)
- Acuña, M. C. C. (2021). El liderazgo femenino en el nuevo modelo de gestión: estrategias de igualdad real. *Revista digital CEMCI*, (49), 1.
- Alvarado-Carrillo, A., Valdivia-Velasco, M., Gutiérrez, H., & Lozano, M. (2022). Estudio de género sobre la intención emprendedora en la universidad tecnológica el retoño, México. *Telos Revista De Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 24(3), 749-769. <https://doi.org/10.36390/telos243.18>
- Aparicio-Gómez, O. Y., Ostos-Ortiz, O. L., & Von Feigenblatt, O. F. (2023). Competencia digital y desarrollo humano en la era de la Inteligencia Artificial. *Hallazgos*, 20(40), 217-235. <https://doi.org/10.15332/2422409X.9254>
- Arumugam, D., Harbindar, JK., Suki, N., De Kahyahthri, S., & Paul, C. (2023). Fomento de la diversidad de género: estrategias para el empoderamiento de las mujeres en el liderazgo tecnológico y la inclusión. *Conferencia internacional de 2023 sobre ingeniería tecnológica y sus aplicaciones en el desarrollo sostenible (ICTEASD)*, 183-190, <https://doi.org/10.1109/ICTEASD57136.2023.10585129>
- Buitrago, Alex, & Torres Ortiz, L. (2022). Influencers de ciencia en YouTube. Divulgación científica en el contexto español de la plataforma hegemónica de vídeo online. *AdComunica*, (24), 177–200. <https://doi.org/10.6035/adcomunica.6558>
- Bustamante Orellana, L. O. (2024). La contabilidad en las finanzas de los emprendedores apoyados por el GAD provincial de El Oro, periodo 2020-2022. [Tesis de licenciatura]. Universidad Técnica de Machala
- Cabrera-Espín, S., Vallejo-Imbaquingo, R. & Segovia-Salcedo, M. C. (2023). Study on the perception of scientific communication, actors, and digital media related to three Ecuadorian scientific communication networks during the COVID-19 pandemic *JCOMAL* 6(02), A05. <https://doi.org/10.22323/3.06020205>
- Camacho, K., Herrera, I., Xie-Li, D., Arias, E. (2023). The Women's Antenna: An experience of community technology construction led by Cabécar women of Costa Rica. *IEEE International Humanitarian Technology Conference (IHTC)*, 1-7, 10.1109/IHTC58960.2023.10508857

- Cruz, J. A. G., Díaz, B. L. G., Valdiviezo, Y. G., Rojas, Y. K. O., Mauricio, L. A. S., & Cárdenas, C. A. V. (2023). Inteligencia artificial en la praxis docente: vínculo entre la tecnología y el proceso de aprendizaje.
- Cruz, YE, Zamora, CIC, Paz, CRL & Jorge, RA (2020). Adopción de tecnologías de gestión de procesos de negocio: una revisión sistemática. *Ingeniare. Revista Chilena De Ingeniería*, 28(1), 41-55. <https://doi.org/10.4067/s0718-33052020000100041>
- Culcay, M., Cusme, C., Jara, M., Cadena, D., Muñoz, S., & Ortega, Y. (2024). Innovación y emprendimiento: perspectivas desde la economía violeta. *South Florida Journal of Development*, 5(5), e3876. <https://doi.org/10.46932/sfjdv5n5-003>
- Feng, H., Wang, F., Song, G., & Liu, L. (2022). Digital transformation on enterprise green innovation: effect and transmission mechanism. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(17), 10614. <https://doi.org/10.3390/ijerph191710614>
- Fernández-Guadaño, Josefina, & Martín-López, Sonia. (2023). Gender differences in Social Entrepreneurship: Evidence from Spain, *Women's Studies International Forum*, 96, 102663. <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2022.102663>
- Flores, M., Mackencie, F., Merizalde, D., Yáñez, A., Litardo, J., & Menoscal, D. A. (2023). Emprendimiento femenino: desafíos y oportunidades para las empresarias. *South Florida Journal of Development*, 4(9), 3630–3647. <https://doi.org/10.46932/sfjdv4n9-021>
- García-Fernández, R., Gasós-Lafuente, A. M., Guallar-Larpa, M., & Lavilla-Martín De Valmaseda, M. J. (2024). Enfisema parafaríngeo tras fractura de la porción timpánica del hueso temporal. Revisión sistemática. *Revista ORL*, 15(2), e31797. <https://doi.org/10.14201/orl.31797>
- García-Ravidá, L. B., & González Velázquez, L. (2019). Patrones de aprendizaje en el contexto universitario mexicano: revisión sistemática del modelo y de sus publicaciones: *Revista Colombiana De Educación*, (77), 299–320. <https://doi.org/10.17227/rce.num77-9538>
- García Zuluaga, L. C. (2023). *Inteligencia artificial y su influencia en la dirección estratégica: análisis comparativo de su aplicación en la industria de la construcción en Colombia*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10654/45319>
- García, M. (2023). El empoderamiento femenino a través del emprendimiento en la era digital. *Multidisciplinary Business Review*, 16(2), 37-52. <https://doi.org/10.35692/07183992.16.2.4>
- García, P. & Capitán, Á. (2018). Factores competenciales en el emprendimiento de la mujer. *Revista Española De Sociología*, 27(3). <https://doi.org/10.22325/fes/res.2018.21>
- Gómez, M. Á., Martínez, S. L., & Avellaneda, J. (2021). El papel de la mujer en el sector tecnológico: una especial referencia a las empresas tecnológicas, a los empleos emergentes y al campo de

- la ciberseguridad. *Relaciones Laborales y Derecho del Empleo*, 8(4), 177-196. https://ejcls.adapt.it/index.php/rlde_adapt/article/view/918
- Guzmán, C., Santos, F. J., & Ahumada, P. (2024). Análisis de la transformación digital en las cooperativas agroalimentarias desde la perspectiva de género. *CIRIEC-España, Revista De economía Pública, Social Y Cooperativa*, (111), 261–303. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.111.27932>
- Hanh, D., Amaya, A., Liao, Y. (2019). Examining the influence of customer-to-customer electronic word-of-mouth on purchase intention in social networking sites. *Asia Pacific Management Review*, 24(3), 238-249. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2018.06.003>.
- Hernández Rodríguez, E., & Stan, L. (2023). Liderazgo femenino para una Administración pública innovadora. *Documentación Administrativa*, (9), 26–42. <https://doi.org/10.24965/da.11138>
- IRFAN, S. (2023). Transcending borders digitally: how regional policies supporting social entrepreneurship mediate export resilience?. *BBE*, 12(2), 396-403. <https://doi.org/10.61506/01.00020>
- Jiang, Y., Jiang, Z., & Chen, Z. (2024). Women entrepreneurship in China: A bibliometric literature review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 179, 114688, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114688>
- Küçükaltan, B. (2021). Un estudio entre países sobre el espíritu empresarial de las mujeres a través del análisis de la jaula: evidencias de China y Turquía. *Optimum Ekonomi Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 8(1), 19-42. <https://doi.org/10.17541/optimum.748424>
- Khounsarian, F., Abu-Omar, A., Emara, A., Marinescu, D., & Khosa, F. (2024). A Trend, Analysis, and Solution on Women’s Representation in Diagnostic Radiology in North America: A Narrative. *Clinical Imaging*, 109, 110135. <https://doi.org/10.1016/j.clinimag.2024.110135>
- Khushk, A., Zengtian, Z., & Hui, Y. (2022). Role of female leadership in corporate innovation: a systematic literature review. *Gender in Management*, 38(3), 287-304. <https://doi.org/10.1108/GM-01-2022-0028>
- Delgado, A. (2016). *Digitalízate: Cómo digitalizar tu empresa*. Libros de cabecera.
- Li, X. (2024). Corporate digital transformation, internal control and total factor productivity. *Plos One*, 19(3), e0298633. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0298633>
- Li, Z. (2024). The impact of middle managers’ digital leadership on employee work engagement. *Frontiers in Psychology*, 15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1368442>
- Maldonado Gómez, G., Santos Díaz, LE, Espino Guevara, PG, & Moreno Vargas, E. (2024). Capítulo 25. la responsabilidad social corporativa y su relación con el desarrollo de la ventaja

- competitiva. *RELAYN. Administración y Negocios en Latinoamérica*. Tomo I., 344-357. <https://doi.org/10.46990/iquatro.2024.09.5.25>
- Mari, M., Poggessi, S., Abatecola, G., & Essers, C. (2024). Women entrepreneurs and innovation: Retrospect and prospect. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(3) 100519. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100519>
- Medina, C.M. (2022). Liderazgo femenino: evidencia. *Ortho-tips AMOT*. 2022;18(1):64-67. <https://dx.doi.org/10.35366/103734>
- Miranda Sánchez, J., Sandoval Caraveo, M., & Bertolini Díaz, G. (2023). Relación entre la motivación y las competencias emprendedoras en empresarias. *Contaduría Y Administración*, 69(1), e435. doi:<http://dx.doi.org/10.22201/fca.24488410e.2024.4838>
- Morales López, DA, Trujillo Avilés, MN, Zaldumbide Peralvo, DA, Jiménez Espiñeira, O., Benítez Pardillo, T., & García Silvera, EE (2024). Inteligencia artificial y marketing 5.0 como ventaja competitiva en la industria farmacéutica ecuatoriana. *Revista Eruditus*, 5(2), 9-37. <https://doi.org/10.35290/re.v5n2.2024.1057>
- Morante Ríos, E. A., Sánchez Tróchez, D. X., Gonzáles Abril, H., & Curiza Vilca, L. K. (2024). Factores determinantes para la gestión de redes de emprendimiento femenino en Colombia y Perú. *Telos: Revista De Estudios Interdisciplinarios En Ciencias Sociales*, 25(2), 391-410. <https://doi.org/10.36390/telos252.11>
- Moscoco-Paucarchuco, KM y Gutiérrez-Gómez, E. (2023). Iniciativa empresarial femenina. Prometeica - Revista De Filosofía Y Ciencias, 28, 263-271. <https://doi.org/10.34024/prometeica.2023.28.15271>
- Navarrete Fernández, AC y Sandoval López, SK (2024). Innovación, un factor clave para la supervivencia y crecimiento de las micro y pequeñas empresas. *Revista RELAYN- Micro y Pequeña Empresa en Latinoamérica*, 8(2), 20-33. <https://doi.org/10.46990/relyn.2024.8.2.1537>
- Nevárez, M.d. RL, Vázquez-Rueda, L., & Córdoba, VHM (2022). Emprendimiento universitario desde una perspectiva de género. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27(100), 1685-1701. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.100.24>
- Newstead, T., Eager, B., & Wilson, S. (2023). How AI can perpetuate – Or help mitigate – Gender bias in leadership. *Organizational Dynamics*, 52(4), 100998. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2023.100998>.
- Paredes Hernández, S. P., Leal, M. C., & Saavedra García, M. L. (2019). Factores que influyen en el emprendimiento femenino en México. *Suma de Negocios*, 10(23), 158-167. <http://dx.doi.org/10.14349/sumneg/2019.V10.N23.A8>

- Patiño Montoya, A., & Giraldo López, A. (2020). Diez años del caracol gigante africano en Colombia: Revisión de la investigación y divulgación desarrollada entre 2008-2017. *Ecología Austral*, 30(1), 125–133. <https://doi.org/10.25260/EA.20.30.1.0.973>
- Peña Ulloa, L. Y., Gamba Mora, Y. C., & Acosta Cortes, L. F. (2020). Success criteria for female entrepreneurship, from the methodology of social mapping. *Pensamiento Americano*, 13(26), 17-32. <https://doi.org/10.21803/penamer.13.26.418>
- Quintero Peña, José. (2020). Determinantes e impacto de los emprendimientos tecnológicos en América Latina. (2020). *Facultad de Negocios, Gestión y Sostenibilidad*, 1(1). <https://doi.org/10.15765/wpngs.v1i1.1570>
- Reyes Rodríguez, A., & Moraga Muñoz, R. (2020). Criterios de selección de una revista científica para postular un artículo: breve guía para no 'quemar' un paper. *Sophia*, 16(1), 93-109. <https://doi.org/10.18634/sophiaj.16v.1i.977>
- Ribeiro, Manuel, Issahaku, Adam, Albert Nsom Kimbu, Ewoenam Afenyo-Agbe, Ogechi Adeola, Figueroa-Domecq Cristina, De Jong, Anna (2021). Women entrepreneurship orientation, networks and firm performance in the tourism industry in resource-scarce contexts, *Tourism Management*, 86. 104343. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104343>
- Rincón, O., Aldana, L. (2021). Cultura organizacional y su relación con los sistemas de gestión: una revisión bibliográfica. *SIGNOS-Investigación en Sistemas de Gestión*, 13(2) <https://doi.org/10.15332/24631140.6675>
- Rivo-López, E., Lampón, J., Villanueva-Villar, M., & Míguez-Álvarez, C. (2022). The impact of visual narrative formats on women's entrepreneurship training. *The International Journal of Management Education*, 20(2)Volume 20, 100636, <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100636>
- Roca Marín D. & Pardo Quiles V. (2023). Análisis de la idoneidad del microrrelato en la divulgación científica. *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación*, 95, 287-299. <https://doi.org/10.5209/clac.74307>
- Romero, R., Castellanos, T., Ruano-Arcos, L., Sánchez-Álvarez, J., & Ordóñez-Tovar, I. (2022). Ventaja competitiva de las pymes hortofrutícolas en Colombia: el rol de la innovación abierta y la orientación emprendedora. *Revista De Investigación Desarrollo E Innovación*, 12(2), 171-184. <https://doi.org/10.19053/20278306.v12.n2.2022.15256>
- Salcedo-Frisancho, A. & Pain-Lecaros, OA (2023). Uso de las tic para la enseñanza en docentes universitarios. *Magis, Revista Internacional De Investigación en Educación*, 16, 1-21. <https://doi.org/10.11144/javeriana.m16.uted>

- Sánchez-Quevedo, M. & Cabrera, AMG (2022). Big data como fuente de ventaja competitiva de la nueva empresa: el caso de Tucuvi Care. *Emprendimiento Y Negocios Internacionales*, (6.2 (2021)), 41-45. <https://doi.org/10.20420/eni.2021.456>
- Sandoval-Álvarez, Carlos. (2023) Limitaciones y factores de éxito del emprendimiento Femenino: una perspectiva costarricense. *Yulök Revista De Innovación Académica*, 7(1), 12-30. <https://doi.org/10.47633/yulk.v7i1.575>
- Sundermeier, Janina (2024). ‘It just seems that they don’t act like men’: The influence of gender role stereotypes on women’s entrepreneurial innovation activities. *Journal of Business Research*, 185, 114902. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114902>
- Tejeiro Koller M., Molina López M. M. & García Villalobos J. C. (2021). Emprendimiento digital femenino para el desarrollo social y económico: características y barreras en España. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 138, e75561. <https://doi.org/10.5209/reve.75561>
- Terán, H. E. E., Vargas, M. E. J., Salazar, B. C., & Lara, M. G. C. (2023). Transformación digital y habilidades del profesional de administración de empresas. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(2). <https://doi.org/10.56712/latam.v4i2.597>
- Topçuoğlu, E., Kobanoglu, M., Kaygin, E., Karafakioglu, E., Erdogan, S., Torun, B., ... & Kavak, O. (2023). The improving role of digital leadership in the impact of social loafing on job performance. *International Journal of Organizational Leadership*, 12(1), 22-40. <https://doi.org/10.33844/ijol.2023.60347>
- Treviño-Reyes, R. (2020). El análisis de datos como ventaja competitiva en las organizaciones. *Vinculatégica Efan*, 6(2), 1063-1074. <https://doi.org/10.29105/vtga6.2-520>
- Vega Martínez, VE, Martínez Serna, M. d. C., y Bautista Sánchez, M.d. C. (2024). Cooperación empresarial en capacidades de los agronegocios en México. *Revista Venezolana De Gerencia*, 29(105), 125-140. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.105.9>
- Vela Díaz, Raquel. (2021). Futuro del trabajo, emprendimiento y mujer ante la transformación digital. *Revista de Trabajo y Seguridad Social. CEF*, 459, 57-81. <https://doi.org/10.51302/rtss.2021.2402>
- Viquez-Paniagua, A. (2024). ¿Qué influencia tienen aspectos relacionados con la personalidad y el entorno en la actitud y el desempeño emprendedor de mujeres universitarias latinoamericanas?. *ITEC*, 17(49), 41-45. <https://doi.org/10.18845/itec.v17i49.7036>