INVESTIGACIONES

Emprendimiento digital en estudiantes de educación superior

Digitally entrepreneurship in students from superior education

Empreendedorismo digital em estudantes de educação superior

Flores Oré, Blanca Rosario

Blanca Rosario Flores Oré
bfloresor68@ucvvirtual.edu.pe
Universidad César Vallejo del Perú, Perú

Revista de Investigación en Ciencias de la Educación HORIZONTES
Centro de Estudios Transdisciplinarios, Bolivia
ISSN-e: 2616-7964
Periodicidad: Trimestral
vol. 7, núm. 28, Esp., 2023
editor@revistahorizontes.org

Recepción: 14 Septiembre 2022
Aprobación: 30 Octubre 2022
Publicación: 09 Febrero 2023

URL: http://portal.amelica.org/ameli/journal/466/4664309037/

DOI: https://doi.org/10.33996/revistahorizontes.v7i28.566

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Resumen: El emprendimiento es la piedra angular que mueve la economía de un país, para ello, los emprendedores recurren a diversos recursos tecnológicos digitales. En este contexto se analiza el emprendimiento digital que desarrollan los estudiantes de educación superior. Para ello se desarrolló una revisión sistemática usando PRISMA, donde se identificaron inicialmente 5870 artículos científicos de los últimos 7 años en bibliotecas virtuales y bases de datos de Scopus, EBSCO, ProQuest y Scielo, donde se simplificó a 12 artículos acerca de emprendimiento digital. Finalmente se pudo concluir que las concepciones de los estudiantes de educación superior no son uniformes respecto el emprendimiento digital, algunos resaltan el aspecto empresarial, mientras que otros identifican que la dimensión empresarial viene asociada con una dimensión social paralela. Así mismo, se determinó que las principales barreras o dificultades que presentan los estudiantes de educación superior para emprender digitalmente son el financiamiento y las habilidades siendo esta última en este caso la más fácil de superar.

Palabras clave: Emprendimiento digital, Educación superior, Estudiantes.

Abstract: Entrepreneurship is the cornerstone that moves the economy of a country, for this, entrepreneurs resort to various digital technological resources. In this context, the digital entrepreneurship developed by higher education students is analyzed. For this purpose, a systematic review was developed using PRISMA, where 5870 scientific articles of the last 7 years were initially identified in virtual libraries and databases of Scopus, EBSCO, ProQuest and Scielo, where it was simplified to 12 articles about digital entrepreneurship. Finally, it was concluded that the conceptions of higher education students are not uniform with respect to digital entrepreneurship, some highlight the business aspect, while others identify that the business dimension is associated with a parallel social dimension. Likewise, it was determined that the main barriers or difficulties presented by higher education students to digital entrepreneurship are financing and skills, the latter being in this case the easiest to overcome.

Keywords: Digital entrepreneurship, Higher education, Students.

Resumo: O empreendedorismo é a pedra fundamental que move a economia de um país, para isso, os empreendedores recorrem a diversos recursos tecnológicos digitais. Nesse contexto, analisa-se o empreendedorismo digital desenvolvido por estudantes do ensino superior. Para tanto, foi realizada uma revisão sistemática utilizando o PRISMA, onde foram identificados inicialmente 5870 artigos científicos dos últimos 7 anos em bibliotecas virtuais e bases de dados da Scopus, EBSCO, ProQuest e Scielo, onde foi simplificado para 12 artigos sobre empreendedorismo digital. Por fim, concluiu-se que as concepções dos alunos do ensino superior não são uniformes com relação ao empreendedorismo digital, alguns destacam o aspecto empresarial, enquanto outros identificam que a dimensão empresarial está associada a uma dimensão social paralela. Da mesma forma, foi determinado que as principais barreiras ou dificuldades apresentadas pelos alunos do ensino superior ao empreendedorismo digital são o financiamento e as habilidades, sendo estas últimas, nesse caso, as mais fáceis de superar.

Palavras-chave: Empreendedorismo digital, Ensino superior, Estudantes, Empreendedorismo digital.

INTRODUCCIÓN

El emprendimiento, es la piedra angular que mueve la economía de un país, para ello, los emprendedores recurren a diversos recursos tecnológicos digitales. En este contexto es que se realiza la revisión sistemática del emprendimiento digital que desarrollan los estudiantes de educación superior. Al respecto, se puede señalar que, la persona emprendedora es líder, asume riesgos, desarrolla proyectos y gestiona materiales para que el cumplimiento de sus objetivos sea eficaz; asimismo, es un individuo versátil que fomenta nuevas relaciones e innovaciones (Cabana et al., 2013). Asimismo, el emprendedor concentra la energía de su personalidad para llevarla a un terreno de mayor alcance e impacto, como un conjunto de acciones concretas que inducen una actitud de cambio, libertad, riesgos y retos.

De la misma forma, es preciso destacar que el emprendedor adquiere un grado de responsabilidad que le hace posible acertar en las respuestas ante las circunstancias que se le presentan en el camino, desarrollando la capacidad de transformar las estrategias diseñadas en acciones concretas, es decir, pasar del "plan a la acción" (Gonzáles, 2017). El desarrollo del emprendimiento digital está asociado con las acciones realizadas por los emprendedores empleando los recursos tecnológicos digitales. Según Rodríguez y Rozo (2020) el uso de los recursos tecnológicos digitales se ha convertido en un componente esencial del ambiente social, familiar y profesional de los individuos. El mundo actual cambia acelerada y continuamente; del mismo modo, se producen cambios en el uso de tecnologías digitales para el ámbito de los negocios y su innovación, lo que contribuye en la mejora de los métodos de negocio que existen, así como el desarrollo de nuevas ideas de emprendimiento.

Asimismo, los centros educativos tienen como finalidad formar de manera integral, por lo que, resultan los lugares ideales para que se implementen programas de emprendimiento y a partir de aquellos, puedan surgir diversas iniciativas y proyectos (Moledo et al., 2015). De esta manera, llevar a cabo emprendimientos, tiene como objetivo conseguir que todos los estudiantes o egresados realicen proyectos de diversos tipos para lograr satisfacer o dar solución a exigencias, aspiraciones o problemas de índole individual y social. Por lo tanto, la educación con énfasis en el emprendimiento ha cobrado especial importancia en estos últimos años; entre las causas de este proceso está la aceptación de que el emprendimiento genera mayores fuentes de trabajo, incrementándose las oportunidades, así como el bienestar económico y social en la comunidad. Un componente anterior al comportamiento emprendedor y la aparición de organizaciones o negocios, es la voluntad de emprender. La intención emprendedora se definiría como un autorreconocimiento de querer iniciar un negocio y planear adecuadamente para su ejecución en un plazo determinado (Soria et al., 2016).

En el mismo orden de ideas, es importante reconocer que la cultura del emprendimiento está basada en un entorno cultural de conocimientos, prácticas y actitudes que hace posible el desarrollo de proyectos emprendedores, los cuales deben se comprendidos como procedimientos de fundación de acciones, proyecciones, negocios lucrativos o no, sea económico, social, político, también con esta denominación se hacer referencia a renovar o rediseñar de procedimientos que existen (Hidalgo, 2014). En este sentido, la cultura del emprendimiento se basa en un entorno cultural de conocimientos, prácticas y actitudes que permiten el desarrollo de proyectos emprendedores. Se menciona que estos proyectos pueden ser tanto negocios lucrativos como no lucrativos y pueden ser económicos, sociales o políticos. También se menciona que la cultura del emprendimiento incluye la renovación o rediseño de procedimientos existentes. Esto sugiere que la cultura del emprendimiento es un conjunto de elementos que apoyan y promueven el desarrollo de proyectos emprendedores de diferentes tipos y naturalezas.

Sobre la cultura del emprendimiento, es necesario hacer distinción entre los términos “emprendedor” y “emprendimiento”; el primero hace referencia al individuo con habilidad de crear, es decir, que desarrolla la competencia de bienes y servicios de forma innovadora, responsable, metódica, eficaz y ética. El segundo término tiene que ver con una forma de actuar y de pensar enfocada en crear valor y generar riqueza. Se trata de una manera de razonar, pensar y hacer enfocada en las posibilidades, establecida con una perspectiva general realizada a través de la gestión de un riesgo calculado, además de un liderazgo consistente. Eso permite entender que el desarrollo del valor beneficia a la compañía, la economía y la comunidad (Bernal, 2020). El autor menciona que es importante hacer una distinción entre los términos "emprendedor" y "emprendimiento".

Por lo tanto, el emprendedor es un individuo que tiene la habilidad de crear bienes y servicios de forma innovadora, responsable, metódica, eficaz y ética. El emprendimiento, por otro lado, es una forma de actuar y pensar enfocada en crear valor y generar riqueza, y se basa en una manera de razonar, pensar y hacer enfocada en las posibilidades y en la gestión de un riesgo calculado, junto con un liderazgo consistente. Así, el emprendimiento tiene como objetivo el

desarrollo del valor que beneficia a la empresa, la economía y la comunidad. En resumen, se sugiere que el emprendedor es un individuo con habilidades y actitudes específicas, mientras que el emprendimiento es una forma de pensar y actuar.

La "cultura emprendedora" está marcada por un sesgo economicista, empresarial (Hisrich et al., 2007). Así, la competencia emprendedora se presenta como una habilidad de actuar con autonomía, a través del despliegue de 3 capacidades elementales: capacidad para actuar en un marco general, capacidad para realizar prácticas de vida y proyectos individuales, así como la capacidad para confirmar los derechos, intereses, limitaciones y necesidades. La competencia emprendedora se encuentra de esta manera asociada al desarrollo de la identidad personal, al significado que se brinda a la vida, a la habilidad de crear proyectos individuales y llevarlos a cabo (Bernal, 2020).

La "cultura emprendedora" está marcada por un sesgo economicista y empresarial. Se menciona que la competencia emprendedora es una habilidad de actuar con autonomía y se presenta a través de tres capacidades elementales: la capacidad para actuar en un marco general, la capacidad para llevar a cabo prácticas de vida y proyectos individuales, y la capacidad para confirmar derechos, intereses, limitaciones y necesidades. Se menciona que esta competencia emprendedora está asociada con el desarrollo de la identidad personal, el significado que se le da a la vida y la habilidad de crear y llevar a cabo proyectos individuales (Hisrich et al., 2007). En resumen, el párrafo sugiere que la cultura emprendedora es una cultura que promueve el desarrollo de habilidades y actitudes que permiten a las personas actuar con autonomía y llevar a cabo proyectos individuales.

A efectos del presente estudio se plantean las interrogantes: ¿cuáles fueron las concepciones que los estudiantes de educación superior tienen sobre el emprendimiento digital?, ¿en qué ámbito temático se desarrollaron los emprendimientos digitales de los estudiantes de educación superior?, y ¿cuáles fueron las principales barreras o dificultades identificadas por los estudiantes de educación superior para emprender digitalmente? En relación con ello, el presente artículo planteó como objetivo analizar el emprendimiento digital en estudiantes de educación superior.

En tal sentido la investigación resulta de gran importancia debido a que muestra concepciones de la población estudiantil universitaria y con ello permite plantear situaciones que respondan en mayor medida a sus percepciones, de igual forma la investigación facilita el reconocimiento de los ámbitos temáticos que son tendencia en los estudiantes así como también permite detectar la barreras o dificultades que los estudiantes de educación superior podrían estar teniendo en la ejecución de emprendimientos digitales, todo ello con el propósito de generar situaciones más favorables que contribuyan a que el emprendimiento digital de los estudiantes universitarios sea una excelente forma de alcanzar los objetivos en común tanto a nivel individual como colectivo.

METODOLOGÍA

Las revisiones sistemáticas permiten realizar comparaciones y extraer conclusiones a partir de dichas comparaciones (Quispe et al., 2021),

proporcionando, de manera sintética, un estado del conocimiento disponible sobre un área específica (Page et al., 2021). En este trabajo se revisó literatura científica relacionada con el emprendimiento digital en estudiantes de educación superior. Para llevar a cabo la investigación se identificó la cantidad de artículos científicos más relevantes de los últimos 7 años en bibliotecas virtuales o bases de datos, analizándose la manera en la que se ha conceptualizado el emprendimiento digital en los artículos científicos, se identificaron las categorías relativas al emprendimiento digital y finalmente se identificaron los instrumentos utilizados para evaluar el emprendimiento digital. Con la finalidad de seleccionar los diversos artículos científicos, se logró ingresar a diversas bases de datos, aplicando un proceso descrito en PRISMA (Urrútia y Bonfill, 2010).

Inicialmente se aplicó el filtro de búsqueda a las categorías iniciales del estudio y luego se llevaron a cabo los cuatros fases del proceso descrito por la declaración PRISMA (Urrútia y Bonfill, 2010), como son, la identificación, el cribado, la elegibilidad y la inclusión. Dicho proceso se detalla a continuación:

a) En la fase de identificación, se configuraron los descriptores "emprendimiento digital" y "digital entrepreneurship", siendo los resultados un total de 5870: Scopus 1 580, EBSCO 3 044, ProQuest 1.238 y Scielo 8. Se utilizó para la gestión bibliográfica el software Mendeley.

b) Luego, se realizó la ecuación y el uso de los conectores booleanos: "digital entrepreneurship" AND y OR "emprendimiento digital", siendo los resultados 2710 artículos, que se distribuyeron de la siguiente manera: Scopus 685, EBSCO 1 023, ProQuest 998 y SciELO 4. Continuando con la guía PRISMA, se consideró la coincidencia de los títulos y a la vez la exclusión de los artículos duplicados o que no sean artículos científicos, siendo los resultados 217 artículos, que se distribuyeron de esta manera: Scopus 34, EBSCO 93, ProQuest 86 y Scielo 4.

c) Posteriormente, respecto a la fase de idoneidad o elegibilidad, se analizaron los resúmenes, métodos, diseño, participantes y resultados, siendo los hallazgos relevantes 52 artículos los que están distribuido de la manera siguiente: Scopus 14, EBSCO 16, ProQuest 18 y SciELO 4, de los cuales se excluyeron 28 al analizar el texto completo por no tratar principalmente sobre emprendimiento digital en estudiantes, a pesar de contener los términos en el cuerpo del artículo.

d) Por lo que, al analizar a profundidad los artículos, se seleccionaron 12 de ellos por su relevancia y alto grado de asociación con el tema, los cuales pueden observarse en la siguiente figura 1.

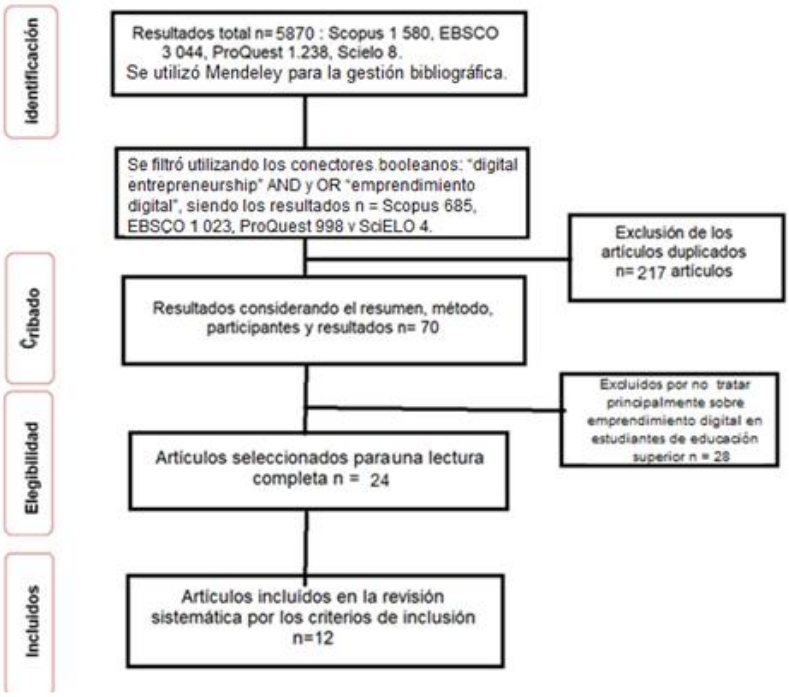

Figura 1
Flujograma de la revisión sistemática del emprendimiento digital en estudiantes

DESARROLLO Y DISCUSIÓN

Así bien una vez realizadas fases de identificación cribado, elegibilidad de la revisión sistemática a través del método PRISMA, donde se inicialmente se habrían hallado 5870 artículos científicos de los últimos 7 años en bibliotecas virtuales y bases de datos de Scopus, EBSCO, ProQuest y Scielo, finalmente fueron considerados 12 artículos para la fase de incluidos a través de los cuales se busca obtener conceptualizaciones del emprendimiento digital de los estudiantes de educación superior, así como también descubrir tendencias si las hubiere de algún ámbito temático en específico y considerando aspectos como factores, ventajas y obstáculos. A tal efecto se procede a destacar los 12 artículos seleccionados, en la siguiente tabla 1 a continuación:

Tabla 1
Artículos analizados

N°	Título	Autor/año	País	Población/Muestra	Enfoque de investigación
1	Formar para el emprendimiento digital: construyendo los ciudadanos del siglo XXI	Prendes (2022)	España		Enfoque cualitativo
2	Grado de implantación del emprendimiento digital en los estudiantes de la F.C.A. de la Universidad Autónoma de Guerrero	Carmona et al. (2020)	México	Estudiantes de la F.C.A. de la Universidad Autónoma de Guerrero / 30 estudiantes	Enfoque cuantitativo
3	Emprendimiento digital: estudio de caso con universitarios de comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de México-UAEM	García et al. (2015)	México	Estudiantes de comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de México-UAEM / 143 estudiantes	Enfoque cuantitativo
4	Instrumento de análisis de la competencia de emprendimiento digital en educación superior	González et al. (2022)	España	Estudiantes de último curso de Grado de universidades públicas españolas / 190 estudiantes	Enfoque cuantitativo
5	Emprendimientos digitales y diseño de modelos de negocio: investigación aplicada en estudiantes de la Carrera de Comunicación	Montalvo (2016)	Perú	Estudiantes de la Carrera de Comunicación de la Universidad de Lima / 242 estudiantes	Enfoque mixto
6	Do Digital Literacy and Digital Entrepreneurship among University Students Contribute to Digital Economy?	Primahendra et al., (2021)	Hungría	Estudiantes de la Universidad de Jakarta / 103 estudiantes	Enfoque cuantitativo
7	Aprendizaje autodirigido y emprendimiento: una aproximación desde la realidad universitaria	García et al., (2022).	España	Estudiantes de las universidades públicas de la Región de Murcia / 1108 estudiantes	Enfoque cuantitativo
8	La competencia de emprendimiento digital en función del género: el proyecto EmDigital	Román y González (2022)	España	Estudiantes de las universidades públicas de la Región de Murcia / 1108 estudiantes	Enfoque cuantitativo
9	Emprendimiento educativo a través de medios digitales en el contexto ecuatoriano	Murgueytio et al., (2022)	Ecuador		Enfoque cualitativo
10	Starting a New Business? Assessing University Students' Intentions towards Digital Entrepreneurship in Saudi Arabia	Alferaih (2022)	Arabia Saudita	Estudiantes de universidades públicas de Arabia Saudita / 763 estudiantes	Enfoque cuantitativo
11	Desarrollando competencias digitales y emprendedoras en Pedagogía. Grado de aceptación de una propuesta formativa	Cabero et al., (2022)	España	Estudiantes de segundo curso del Grado de Pedagogía de la Universidad de Sevilla / 102 estudiantes	Enfoque cuantitativo
12	EmDigital to promote digital entrepreneurship: the relation with open innovation	Prendes et al., (2021)	España		Enfoque cualitativo

En el ámbito metodológico, los estudios presentaron un enfoque cuantitativo mayoritariamente (Carmona et al., 2020; García et al., 2015; González et al., 2022; Primahendra, 2021; García et al., 2022; Román, 2022; Alferaih, 2022; Cabero et al., 2022), mientras que una minoría tuvo un enfoque cuantitativo (Prendes, 2022; Murgueytio et al., 2022; Prendes et al., 2021) y mixto (Montalvo, 2016). Los estudios cuantitativos midieron las percepciones de los estudiantes universitarios sobre aspectos relativos al emprendimiento digital: beneficios, desventajas, preferencias en el ámbito laboral, obstáculos para el emprendimiento digital, etc. Mientras que los estudios cualitativos, analizaron literatura científica y las representaciones contenidas en los discursos de estudiantes universitarios sobre emprendimiento digital, realizando una categorización a partir del análisis de los discursos.

Asimismo, se encontró estudios interesados en los instrumentos para poder acceder a la experiencia de los estudiantes universitarios respecto al emprendimiento digital. Se halló artículos que van a presentar el proceso de validación de instrumentos para medir las competencias sobre emprendimiento digital (González et al. 2022), mientras que otros estudios presentan reflexiones respecto la aplicación de instrumentos para medir las intenciones de los estudiantes universitarios para emprender digitalmente (Alferaih, 2022). Dichos estudios resultan vitales para poder llevar a cabo investigaciones en diversos espacios y a diferente escala (local, nacional, internacional, etc.).

Concepciones sobre el emprendimiento digital

De los artículos de la Tabla 1, se encontraron concepciones de emprendimiento digital que la vinculan necesariamente con las habilidades empresariales y visión emprendedora, como señala Carmona et al. (2020), desde la experiencia

de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Guerrero. Mientras que, la experiencia con estudiantes de comunicación, Montalvo (2016) plantea comprender el emprendimiento digital como un fenómeno que tiene fronteras bastante difusas respecto a su carácter comercial o su carácter social. Es por ello que, se puede hablar de emprendimientos políticos, sociales y económicos (Hidalgo, 2014). Entonces, el emprendimiento debe ser algo más que la acción de llevar a cabo un negocio: debe estar relacionado con ciertos elementos que son comunes tanto a los proyectos lucrativos como a los no lucrativos.

Por lo tanto, se pueden apreciar diferentes enfoques en la concepción del emprendimiento digital, señalando que algunos autores lo vinculan necesariamente con habilidades empresariales y visión emprendedora, mientras que otros lo entienden como un fenómeno con fronteras difusas entre su carácter comercial o social. Además, se sugiere que el emprendimiento debe ser más que simplemente llevar a cabo un negocio, sino que debe estar relacionado con elementos comunes tanto a proyectos lucrativos como no lucrativos. Esto sugiere que el emprendimiento digital es un fenómeno complejo y multifacético que puede incluir aspectos económicos, políticos y sociales.

Por otro lado, García et al., (2015) halló que el emprendimiento digital es un fenómeno complejo compuesto por cuatro elementos fundamentales: empatía, innovación, satisfacción y compromiso. Estos valores, como se ha advertido previamente, son los pilares del emprendimiento y deben ser asumidos por los emprendedores, además de la capacidad de asumir riesgos (Cabana et al., 2013; Gonzales, 2017). De la literatura revisada se pudo advertir que no existe un consenso respecto a las concepciones del emprendimiento digital. Dicha falta de consenso se advierte a partir del contraste entre las concepciones tradicionales del emprendimiento digital y las experiencias de los estudiantes de educación superior.

De esta manera, el emprendimiento digital es un fenómeno complejo compuesto de cuatro elementos fundamentales: empatía, innovación, satisfacción y compromiso. Estos valores son señalados como los pilares del emprendimiento y deben ser asumidos por los emprendedores, junto con la capacidad de asumir riesgos. Esto sugiere que el emprendimiento digital implica no solo tener habilidades y conocimientos técnicos, sino también ciertas actitudes y valores que son esenciales para el éxito del negocio. Además, la capacidad de asumir riesgos también es mencionada como una característica importante para los emprendedores digitales, lo que implica estar dispuesto a arriesgarse y tomar decisiones arriesgadas en busca de una oportunidad de negocio.

Área temática de los emprendimientos digitales

Respecto a la temática de los emprendimientos digitales, la mayoría de estudios se ha enfocado en emprendimientos digitales en el ámbito educativo (García et al., 2022; Cabero et al., 2022; Murgueytio et al., 2022) mientras que, en segundo lugar, se encuentran los emprendimientos en el ámbito de la comunicación (García et al., 2015; Montalvo, 2016). En el caso de los estudios sobre emprendimientos digitales en el ámbito educativo, resaltan aquellos que enfatizan en el autoaprendizaje, puesto que, este tipo de emprendimientos digitales emplean solamente recursos digitales, como son las plataformas para

cursos MOOC, desde la experiencia de los estudiantes de la Universidad Autónoma de Guerrero (Carmona et al., 2020). En el ámbito de la comunicación, los emprendimientos digitales van desde la creación de medios de difusión hasta servicios de marketing para clientes corporativos. Sin embargo, como se advirtió anteriormente, dada la finalidad que persigue la educación y la comunicación, los estudios que tratan sobre dichos emprendimientos digitales, minimizan el aspecto empresarial del fenómeno.

En síntesis, la mayoría de los estudios sobre emprendimientos digitales se han enfocado en el ámbito educativo y en el ámbito de la comunicación. En el ámbito educativo, los estudios destacan aquellos que enfatizan en el autoaprendizaje y utilizan principalmente recursos digitales, como las plataformas para cursos MOOC. En el ámbito de la comunicación, los emprendimientos digitales incluyen desde la creación de medios de difusión hasta servicios de marketing para clientes corporativos. Sin embargo, se señala que, debido a la finalidad de la educación y la comunicación, los estudios sobre estos emprendimientos digitales minimizan el aspecto empresarial del fenómeno. Esto sugiere que los emprendimientos digitales en el ámbito educativo y de la comunicación pueden ser diferentes en cuanto a sus enfoques y objetivos, y que pueden tener diferentes grados de énfasis en el aspecto empresarial.

Barreras o dificultades para emprender digitalmente

Uno de los aspectos más resaltantes que se han discutido sobre las experiencias de emprendimiento digital en España y Arabia Saudita ha sido el financiamiento (Prendes, 2022; Primahendra, 2021), puesto que, se ha demostrado que las percepciones en torno a dicho aspecto son vitales para asumir el riesgo y pronosticar el posible éxito o fracaso del emprendimiento digital. En el caso del estudio de Primahendra en Indonesia (2021), sostiene que las dificultades en el acceso a financiamiento, sitúa el debate en la economía digital, enfocándose en la producción de bienes y servicios digitales, lo que, a su vez, supone dinámicas de financiamiento diferentes.

Algunos estudios empíricos demostraron que mayoritariamente no existe un interés por emprender digitalmente entre estudiantes universitarios, prefiriendo laborar como empleados en instituciones públicas y empresas privadas (Carmona, 2020). Por otro lado, Prendes (2022) destacó que las habilidades digitales son importantes para realizar este tipo de emprendimientos, constituyéndose en algún momento en barreras o dificultades para emprender. Sin embargo, en dicho estudió también se identificó que no solamente las habilidades digitales son importantes, sino también las habilidades blandas juegan un rol fundamental.

De esta manera, se puede advertir que el financiamiento ha sido un aspecto destacado en los estudios sobre experiencias de emprendimiento digital en España y Arabia Saudita, y que las percepciones sobre este aspecto son cruciales para asumir el riesgo y predecir el éxito o fracaso del emprendimiento digital. También se menciona que, en el estudio sobre Indonesia, se sostiene que las dificultades en el acceso al financiamiento enfocan el debate en la economía digital y en la producción de bienes y servicios digitales, lo que implica dinámicas de financiamiento diferentes. Además, se menciona que algunos estudios

empíricos han demostrado que la mayoría de los estudiantes universitarios no tienen interés en emprender digitalmente y prefieren trabajar como empleados en instituciones públicas y empresas privadas. Sin embargo, también se señala que las habilidades digitales y las habilidades blandas son importantes para realizar este tipo de emprendimientos.

CONCLUSIONES

Las concepciones que los estudiantes de educación superior tienen sobre el emprendimiento digital, no son uniformes. Ello se aprecia a partir del énfasis realizado en uno o más elementos que componen (según cada una de sus concepciones) el emprendimiento digital. Se encontró concepciones que resaltan el aspecto comercial o empresarial, mientras que otras reconocen que tiene una doble dimensión: una dimensión social y otra empresarial.

Por otro lado, los principales ámbitos temáticos en los que se desarrollaron los emprendimientos digitales de los estudiantes de educación superior, fueron dos: el campo de la comunicación y el campo de la educación. En ambos ámbitos, se aprovechan las plataformas existentes en el mundo digital para ofrecer servicios educativos y otros relacionados con el marketing como sub-área de la comunicación.

Respecto a las principales barreras o dificultades identificadas por los estudiantes de educación superior para emprender digitalmente, se identificaron dos: el financiamiento y las habilidades (digitales o específicas, así como las habilidades blandas). Al respecto, el impacto de las barreras de financiamiento ha generado que los estudiantes piensen en otras alternativas al momento de tomar decisiones sobre su futuro laboral, como ser empleados de instituciones públicas o privadas. En cuanto a las habilidades, se considera que esta barrera, cuando no se encuentra aunada a la falta de financiamiento, por ejemplo, puede ser superada a través del aprendizaje en el proceso de emprender digitalmente o se puede optar, considerando que se cuenta con recursos, a personal especializado que brinde asesoramiento técnico.

REFERENCIAS

Alferaih, A. (2022). Starting a New Business? Assessing University Students' Intentions towards Digital Entrepreneurship in Saudi Arabia. International Journal of Information Management Data Insights, 2(2), 100087. doi.org/10.1016/j.jjimei.2022.100087

Bernal, A. (2020). Los Precarios 4.0 en el marco del emprendimiento digital en Bogotá (Tesis de Magíster: UTADEO). https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/16359/PRECARIOS%204.0%20-%20AndresBernal.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cabana, R., Cortes, I., Plaza, D., Castillo, M., y Alvarez, A. (2013). Análisis de las capacidades emprendedoras potenciales y efectivas en alumnos de centros de educación superior. Journal of technology management & innovation, 8(1), 65-75. dx.doi.org/10.4067/S0718-27242013000100007

Cabero, J., Barroso, J., Gutiérrez, J., y Rodríguez, A. (2022). Desarrollando competencias digitales y emprendedoras en Pedagogía. Grado de aceptación de una propuesta formativa. RIITE Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa, 49-63. doi.org/10.6018/riite.522441

Carmona, M., Marín, R., y Rodríguez, F. (2020). Grado de implantación del emprendimiento digital en los estudiantes de la FCA de la Universidad Autónoma de Guerrero. Vinculta Tégica, 1803-1808.http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Vinculategica6_2/67_Carmona_Marin_Rodriguez.pdf

García, C., Guillén, J., Valdés, J., Alboreida, D., Rubio, S., y Alonso, L. (2015). Emprendimiento digital: estudio de caso con universitarios de comunicación de la Universidad Autónoma del Estado de México–UAEM. Visión Gerencial, (2), 287-300. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545899003

García, P., González, V. y Montiel, F. (2022). Aprendizaje autodirigido y emprendimiento: Una aproximación desde la realidad universitaria. Educar, 58(2), 405-425. https://doi.org/10.5565/rev/educar.1518

Gonzales, M. (2017). Emprendimiento Digital. Fundación Universitaria del Área Andina.https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/552/interior_informe_gestion_2016_web_basico_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gonzáles, V., Prendes-Espinosa, M., y Solano, I. (2022). Instrumento de análisis de la competencia de emprendimiento digital en educación superior. RELIEVE-Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa, 28(1). doi.org/10.30827/relieve.v28i1.22831

Hidalgo, L. (2014). La Cultura del Emprendimiento y su Formación. Alternativa, 15(1), 46-50. https://editorial.ucsg.edu.ec/ojs-alternativas/index.php/alternativas-ucsg/article/view/8.

Hisrich, R., Langan-Fox, J. y Grant, S. (2007). Investigación y práctica del espíritu empresarial: un llamado a la acción para la psicología. Psicólogo estadounidense, 62 (6), 575–589. https://doi.org/10.1037/0003-066X.62.6.575

Moledo, M., Salas, A., y Miguel, C. (2015). Programas de emprendimiento en contextos educativos formales. In Cultura emprendedora y Educación (pp. 299-324). Universidad de Sevilla. https://investigacion.usc.es/documentos/5d1df6a029995204f7672d09

Montalvo, J. (2016). Emprendimientos digitales y diseño de modelos de negocio: investigación aplicada en estudiantes de la Carrera de Comunicación. Contratexto, (025), 155-170. doi.org/10.26439/contratexto2016.n025.656

Murgueytio, J., Arcentales, A., y Canchingre, L. (2022). Emprendimiento educativo a través de medios digitales en el contexto ecuatoriano. PRAXIS, 20(27). / doi.org/10.26620/uniminuto.praxis.20.27.2020.338-360

Page, M., McKenzie, J., Bossuyt, P., Boutron, I., Hoffmann, T., Mulrow, C., y Moher, D. (2021). Declaración PRISMA 2020: una guía actualizada para la publicación de revisiones sistemáticas. Revista Española de Cardiología, 74(9), 790-799. doi.org/10.1016/j.recesp.2021.06.016 .

Prendes, P., Solano, I., y García, P. (2021). EmDigital to Promote Digital Entrepreneurship: The Relation with Open Innovation. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 7(1), 63. doi.org/10.3390/joitmc7010063

Prendes, M. (2022). Formar para el emprendimiento digital: construyendo los ciudadanos del siglo XXI. RIITE Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa, 1-19. doi.org/10.6018/riite.525101

Primahendra, R., Purba, J., Ugut, G., y Budiono, S. (2021). Do Digital Literacy and Digital Entrepreneurship among University Students Contribute to Digital Economy? Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences, 4(3), 7387-7394. doi.org/10.33258/birci.v4i3.2617

Quispe, A., Hinojosa, Y., Miranda, H., y Sedano, C. (2021). Serie de Redacción Científica: Revisiones Sistemáticas. Revista del Cuerpo Médico Hospital Nacional Almanzor Aguinaga Asenjo, 14(1), 94-99. dx.doi.org/10.35434/rcmhnaaa.2021.141.906

Rodríguez, J. y Rozo, B. (2020). Emprendimiento digital: Una mirada desde la innovación tecnológica. Trabajo de Grado. Universidad Católica de Colombia. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Programa de Economía. Especialización en Administración Financiera. Bogotá, Colombia. https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/5fb9bf4d-64d5-4f06-9d25-1d55ff00d143/content

Román, M. y González, V. (2022). La competencia de emprendimiento digital en función del género: el proyecto EmDigital. Revista científica de educación y comunicación, 24, 1-13. https://doi.org/10.25267/Hachetetepe.2022.i24.1205

Soria, K., Zuniga, S., y Ruiz, S. (2016). Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio. Formación universitaria, 9(1), 25-34. http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004

Urrútia, G., y Bonfill, X. (2010). Declaración PRISMA: una propuesta para mejorar la publicación de revisiones sistemáticas y metaanálisis. Medicina clínica, 135(11), 507-511. doi.org/10.1016/j.medcli.2010.01.015