

Competencias digitales clave en el emprendimiento juvenil: una revisión sistemática de los últimos 6 años

Digital competencies in youth entrepreneurship: a systematic review of the last 6 years

M.^a Victoria Fernández Scagliusi 

Universidad de Sevilla (España)

vicferscagli@hotmail.com

Recibido: 12/4/2023

Aceptado: 15/5/2023

Publicado: 1/6/2023

RESUMEN

El emprendimiento digital se percibe hoy en día como un pilar clave para el crecimiento económico, la creación de empleos y la innovación. Sin embargo, existen una serie de competencias necesarias para que los emprendedores obtengan el máximo beneficio que ofrece la tecnología. El objetivo de este trabajo de investigación es analizar las competencias digitales que más han influido en los últimos 6 años en el emprendimiento juvenil, y, además, conocer cómo se han implementado en el proceso de emprendimiento. Para ello se lleva a cabo una revisión sistemática de 67 artículos científicos escritos entre 2016 y 2022 y publicados en diferentes bases de datos e idiomas. En total, se examinaron 201 artículos, de los cuales 67 cumplían los criterios de inclusión predefinidos. Los resultados demuestran que comunicarse, interactuar y colaborar a través de plataformas digitales contribuyen al éxito del negocio. La reciente pandemia ha demostrado la importancia de estar actualizados y tener unas competencias digitales que nos permitan desenvolvernos en nuestro día a día.

PALABRAS CLAVE

Empleo de los jóvenes; competencia comunicativa; educación tecnológica; informe de investigación.

ABSTRACT

Digital entrepreneurship is now perceived as a key cornerstone for economic growth, job creation and innovation. However, there are several competencies necessary for entrepreneurs to obtain the maximum benefit offered by technology. The objective of this research is to analyze the digital competencies that have most influenced youth entrepreneurship in the last 6 years, and to know how they have been implemented in the process of entrepreneurship. For this purpose, a systematic review of 67 scientific articles written between 2016 and 2022 and published in different databases and languages is carried out. In total, 201 articles were reviewed, of which 67 met the predefined inclusion criteria. The results demonstrate that communicating, interacting, and collaborating through digital platforms contribute to business success. The recent pandemic has demonstrated the importance of being up to date and having digital skills that enable us to function in our daily lives.

KEYWORDS

youth employment; communicative competence; technological education; research report.

CITA RECOMENDADA:

Fernández, M.V. (2023). Competencias digitales clave en el emprendimiento juvenil: una revisión sistemática de los últimos 6 años. *RiiTE Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa*, 14, 28-44. <https://doi.org/10.6018/riite.565401>

Principales aportaciones del artículo y futuras líneas de investigación:

- Se proporciona una visión clara de las competencias digitales necesarias para aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece la tecnología en el emprendimiento durante los últimos 6 años.
- Se investiga cómo se han implementado las competencias digitales en el proceso de emprendimiento.
- Sería interesante profundizar en las barreras que impiden el desarrollo de las competencias y cómo se pueden superar.
- Se sugiere identificar las mejores prácticas y enfoques pedagógicos que maximicen los resultados de los programas de formación diseñados para mejorar las competencias digitales de los emprendedores juveniles.

1. INTRODUCCIÓN

Vivimos en una sociedad donde el uso diario de la tecnología es una norma, y en medio de este panorama, Internet desempeña un papel fundamental al permitirnos acceder a una cantidad inabarcable de información. Esta evolución de los cambios tecnológicos en el comercio ha abierto nuevos caminos y mercados y generado nuevas modalidades de empleo. No obstante, para aprovechar estas nuevas oportunidades, es necesario contar con un canal común para intercambiar y fusionar conjuntos de información y tecnología complejos. La competencia digital es fundamental para responder a las demandas y retos de la sociedad actual, y se refiere a no solo al uso de los dispositivos electrónicos más novedosos, sino al uso crítico, responsable y creativo de las tecnologías. En los últimos años, la competencia digital ha ganado un papel fundamental en las políticas educativas al definir las habilidades y conocimientos necesarios para las personas en la sociedad del conocimiento, y cómo enseñarlas a los jóvenes (Ilomäki et al., 2014).

Los conceptos que hacen referencia a ser competentes digitalmente pueden agruparse de numerosas formas. En primer lugar, según el Marco de Competencia Digital para los Ciudadanos (2017), se identifican cinco áreas de competencia digital, que pueden resumirse en la Tabla 1:

Tabla 1.

Áreas de competencias digitales del Marco Europeo de Competencias Digitales para la Ciudadanía

1. Información y alfabetización informacional	Identificar, localizar, recuperar, almacenar, organizar y analizar la información digital, estimando su relevancia y propósito.
2. Comunicación y colaboración	Comunicarse en entornos digitales, compartir recursos a través de herramientas en línea, conectarse con otros y colaborar a través de herramientas digitales, interactuar y participar en comunidades y redes, conciencia intercultural.

3. Creación de contenidos digitales	Crear y editar nuevos contenidos; integrar y reelaborar conocimientos y contenidos anteriores; producir expresiones creativas, productos multimedia y programación; tratar y aplicar los derechos de propiedad intelectual y las licencias de uso.
4. Seguridad	Protección de información, protección de datos personales, protección de la identidad digital, medidas de seguridad, uso seguro y responsable.
5. Resolución de problemas	Identificar las necesidades de los recursos digitales, tomar decisiones informadas sobre las herramientas digitales más apropiadas según el propósito o la necesidad, resolver problemas conceptuales a través de medios digitales, utilizar las tecnologías de forma creativa, resolver problemas técnicos, actualizar las competencias propias y ajenas.

Nota: Marco Europeo de Competencias Digitales para la Ciudadanía (2017)

En segundo lugar, de acuerdo con Pellerey (2014), competencia digital es una competencia que, por su naturaleza, penetra e informa de muchas de las demás competencias básicas que necesitan los ciudadanos y los trabajadores. La competencia digital presupone una firme conciencia y conocimiento de la naturaleza, el papel y las oportunidades de las tecnologías en la vida cotidiana, en la vida personal y social, así como en el trabajo.

Con los avances que estamos viviendo, se están creando nuevas formas de trabajo y actividades económicas y, en concreto, nos centramos en el fenómeno del emprendimiento. A medida que el mundo de los negocios y la tecnología se interconectan cada vez más, la competencia de emprendimiento y la competencia digital se vuelven más críticas para el éxito empresarial. Si bien existen una gran variedad de definiciones para el término de emprender, en este artículo se utilizarán las definiciones sugeridas por Rengamani y Shameem (2018), quienes entienden emprendimiento como la aplicación profesional de conocimientos y habilidades a una nueva idea, para así buscar el crecimiento generando riqueza, empleo y bienestar social, y Román-García y González Calatayud (2022) que sostienen por competencia emprendedora a la habilidad de transformar oportunidades e ideas en acciones concretas en distintos ámbitos, ya sea en el ámbito social, cultural o financiero.

Se piensa que la creación de una cultura y la concienciación de los estudiantes para que apuesten por el emprendimiento es una solución para reducir el desempleo (Ćóckalo et al., 2020). La actividad de emprendimiento digital puede ser una técnica eficaz para que los jóvenes se incorporen al mercado laboral y desarrollen habilidades profesionales, sobre todo porque muestran niveles significativamente más altos de capacidad emprendedora (Olugbola, 2017). Sin embargo, la enseñanza en este ámbito es una vía importante para que los emprendedores adquieran recursos, mejoren su capacidad de innovación y su personalidad innovadora. Desde el aprendizaje de conocimientos hasta la mejora de habilidades, la educación para el emprendimiento incluye el desarrollo de la capacidad general y la mejora de la capacidad profesional (Wei et al., 2019).

Asimismo, la Comisión Europea (2016) reconoce que la educación para el emprendimiento es una herramienta fundamental para ayudar a los jóvenes a ser más creativos, ciudadanos activos y emprendedores sociales; a buscar la innovación y la transformación de sus ideas creativas en acciones emprendedoras.

En la actualidad, es fundamental tomar en cuenta que las oportunidades laborales y de crecimiento profesional se encuentran principalmente vinculadas con el avance tecnológico. Por ello, adquirir habilidades en emprendimiento digital se vuelve crucial (Prendes-Espinosa, 2022). La formación en estas competencias abre las puertas a nuevas oportunidades en el mercado laboral y permite estar a la

vanguardia de los cambios que se presentan en el mundo digital. En términos generales, el emprendimiento debe desarrollar un conjunto de habilidades que pueden aplicarse en todos los ámbitos de la vida, y no únicamente a cómo aprender a crear un negocio. Incluye todas las formas de aprendizaje, educación y formación que favorecen la adquisición de una autonomía, unas capacidades creativas y un comportamiento responsable, con o sin un objetivo empresarial y laboral.

2. MÉTODO

Ante la falta de información en la investigación sobre las competencias necesarias para el emprendimiento digital, se ha decidido realizar una revisión sistemática de la literatura existente. El objetivo del estudio es analizar el impacto de la competencia digital en el éxito de los emprendedores. Se ha llevado a cabo una revisión exhaustiva de la literatura que aborda la relación entre la competencia digital y el emprendimiento. De este modo, se pretende determinar la relevancia y la utilidad de la competencia digital en el contexto de la creación de nuevos negocios digitales.

El procedimiento para llevar a cabo una revisión sistemática suele constar de varias etapas que deben planificarse y ejecutarse cuidadosamente. Como señalan Torres-Carrión et al. (2018), la primera etapa es la planificación, que incluye la identificación de la necesidad de la revisión y el estado actual del problema de investigación. Se desarrollan las preguntas de investigación y se crea un esquema gráfico y visual para guiar la revisión. Durante esta fase también se definen los criterios de inclusión y exclusión, se prepara la extracción de datos y se seleccionan las revistas pertinentes. La segunda fase es la realización propiamente dicha de la revisión, que incluye la identificación de las investigaciones, la selección de los estudios primarios, la evaluación de su calidad y la extracción y el seguimiento de los datos. La síntesis y el seguimiento de los datos también tienen lugar en esta fase. Por último, en la etapa final debe elaborarse un informe preciso y exhaustivo de la revisión.

Con el fin de obtener una comprensión profunda del tema, se aplica una revisión exhaustiva siguiendo los criterios del sistema PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses) (Moher et al., 2009) y del grupo Cochrane (Beltrán, 2005), quienes establecieron parámetros para las revisiones sistemáticas de la literatura con el fin de aumentar la fiabilidad de los datos recogidos.

No solo se pretende sintetizar los resultados empíricos, sino también analizar y contrastar críticamente la literatura seleccionada siguiendo una serie de pasos básicos. En primer lugar, se formula el problema significativo sobre el que se basa la investigación. Concretamente, este trabajo trata de responder a dos preguntas:

- ¿Qué competencias digitales han influido en mayor medida en el emprendimiento de los jóvenes en los últimos 6 años?
- ¿Cómo se implementan las competencias digitales de los jóvenes dentro de los procesos de emprendimiento digital?

Para dar respuesta a estas cuestiones de investigación se sigue un procedimiento de búsqueda, identificación y selección de artículos de investigación recogidos en bases de datos de carácter científico consideradas actualmente relevantes por la comunidad científica. Estas son Dialnet, ERIC, JCR, JSTOR, Sage Journals, Science Direct (Elsevier), Scopus y Web of Science (WoS).

La búsqueda se realiza en las distintas bases de datos utilizando los términos “digital skills” AND “youth” AND “entrepreneurship”; “competencias digitales” AND “juventud” AND “emprendimiento” y por último “competenze digitali” AND “giovani” AND “imprenditorialità”. Seguidamente, se lleva a cabo la

primera búsqueda en las bases de datos, que genera un número de artículos destacado, concretamente 201 estudios, tal y como se refleja en la Tabla 2.

Tabla 2.

Resultados de la búsqueda de artículos en bases de datos

Base de datos	Resultado de artículos
Dialnet	33
ERIC	17
JSTOR	18
Sage Journals	24
SCOPUS	18
Science Direct (Elsevier)	52
Web of Science (WoS)	39

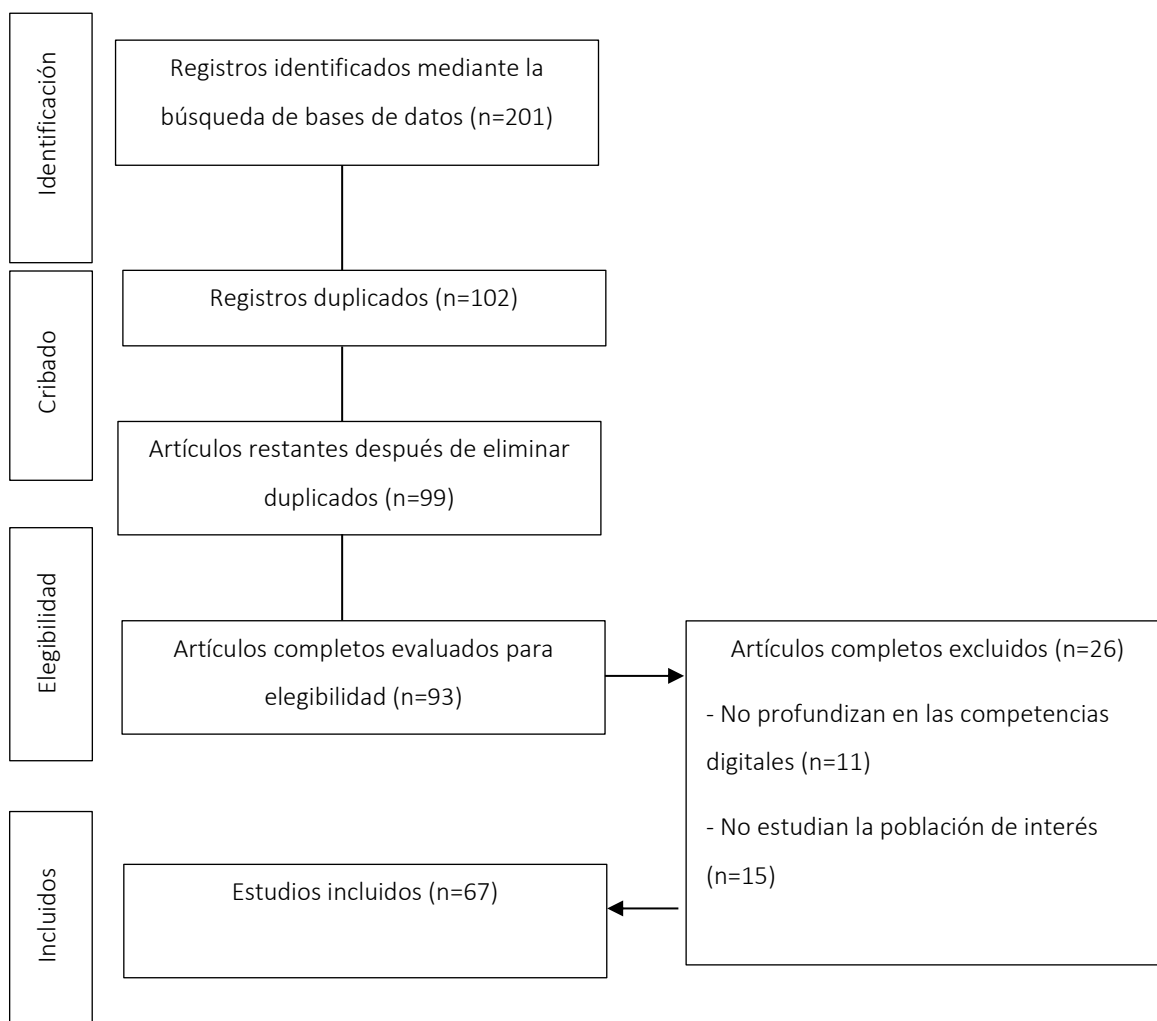
2.1. Criterios de inclusión y exclusión para la selección de publicaciones

A continuación, los criterios de inclusión de los estudios que se tienen en cuenta para la realización de esta investigación son: (1) publicados entre 2016 y 2022; (2) publicados en revistas académicas; (3) estar escritos en inglés, español o italiano; (4) centrarse en las competencias digitales para el emprendimiento de los jóvenes.

Se ha decidido incluir el idioma italiano en el análisis debido a que, en el año 2018, se publicó en Italia el plan de estudios de la Educación para el Emprendimiento en la Escuela Secundaria. Este hecho refleja que el país se encuentra comprometido con la formación en emprendimiento, lo que podría resultar en una mayor producción de investigaciones sobre el tema. Además, la inclusión del idioma italiano permite ampliar el alcance de la revisión sistemática, incluyendo estudios relevantes que podrían no estar disponibles en otros idiomas.

2.2. Selección de artículos y extracción de datos

De acuerdo con las normas de declaración PRISMA, se elabora un diagrama de flujo (ver Figura 1) que muestra el proceso de selección e inclusión llevado a cabo en este estudio, según las acciones de identificación, cribado, adecuación e inclusión (Moher et al., 2009).

Figura 1.*Diagrama de flujo de las diferentes fases de selección de la literatura*

En la primera fase se identificaron en las bases de datos 201 publicaciones que cumplían los criterios de inclusión. Posteriormente, se excluyeron 102 artículos al estar duplicados, quedando 99. Se leyeron todos los resúmenes, eliminando las publicaciones no relacionadas con el tema y las que no estudiaban la población joven. Finalmente, se incluyeron en la revisión sistemática 67 publicaciones que examinaban las competencias digitales de los jóvenes en el emprendimiento.

3. RESULTADOS

En este estudio se lleva a cabo una revisión sistemática para dar respuesta a las dos preguntas de investigación indicadas: (1) ¿Qué competencias digitales han influido en mayor medida en el emprendimiento de los jóvenes en los últimos 6 años?; (2) ¿Cómo se implementan las competencias digitales de los jóvenes dentro de los procesos de emprendimiento digital? Con el fin de analizar los artículos de acuerdo con las áreas de competencias digitales del Marco de Competencia Digital para los Ciudadanos, se realizaron búsquedas en siete bases de datos diferentes. Antes de abordar las principales cuestiones, se presentan los resultados del análisis temático de los 67 artículos en la Tabla 3.

Tabla 3.*Referencias bibliográficas por áreas de competencia digital*

Área de competencia digital	Referencias
1. Información y alfabetización informacional	Bartolomé et al., 2022; Ben Youssef et al., 2018; Correani et al., 2020; Fleaca y Stanciu, 2019; Huang et al., 2018; Kamoun-Chouk, 2019; Squicciarini, 2017; Villa, 2018
2. Comunicación y colaboración	Almeida y Buzady, 2019; Beetson et al., 2020; Buffardi y Savonardo, 2017; Delacroix et al., 2019; Dudin et al., 2020; Goncharov et al., 2020; Hsieh y Wu, 2019; Joshi et al., 2018; Kantis et al., 2020; Nambisan, 2017; Obschonka et al., 2017; Olsson y Bernhard, 2020; Oppong et al., 2020; Pano y Gjika, 2020; Reuschke et al., 2021; Rippa y Secundo, 2019; Sorgner, 2017; Squicciarini, 2017; Srinivasan y Venkatraman, 2018; Walker et al., 2018; Yu, 2017
3. Creación de contenidos digitales	Arthur y Arthur, 2020; Berger et al., 2021; Cárdenas y Fitzgerald, 2019; Chatterjee et al., 2021; Correani et al., 2020; Deb y Bhatt, 2020; Fossen y Sorgner, 2017; Garcez et al., 2022; Gbadegeshin, 2019; Huarng et al., 2021; Karami y Read, 2021; Kyurova et al., 2019; Labanauskaitė et al., 2021; Langan et al., 2019; Mababu, 2017; Millán et al., 2021; Ratten y Jones, 2021; Secundo et al., 2020; Roundy, 2020; Sussan y Acs, 2017; Tumbas et al., 2018; Warhuus et al., 2017
4. Seguridad	Qermane y Mancha, 2020; Rayna et al., 2020; Sahut et al., 2021; Unioncamere, 2019
5. Resolución de problemas	Androutsos y Brinia, 2019; Banha et al., 2022; Boyaval y Herbert, 2018; Cooke, 2017; Dong, 2019; Farber y Welsh, 2021; Hamburg y Bucksch, 2017; Landa et al., 2019; Li et al., 2017; Martina y Göksen, 2020; Martínez Dy, 2019; Martínez Dy et al., 2018; Mishra et al., 2017; Nambisan et al., 2017; Rosca et al., 2020; Satalkina y Steiner, 2020; Soltanifar y Smailhodžić, 2021; Zaheer et al., 2019

A continuación, se especifican los resultados obtenidos para dar respuesta a la primera pregunta. La vinculación del emprendimiento con la nueva tecnología ha dado lugar a una concepción popular del término emprendimiento digital. Basándonos en los resultados de los 67 artículos, las competencias digitales que más han influido en el emprendimiento juvenil en los últimos 6 años han sido la interacción, comunicación y colaboración. Saber comunicarse en entornos digitales es el modo más eficaz de aumentar la productividad. Se ha observado que las plataformas digitales están creando nuevos tipos de comunicación y generando oportunidades de emprendimiento de éxito (Prendes et al., 2021).

La síntesis cualitativa nos permitió identificar las categorías a las que los investigadores se refieren con mayor frecuencia en términos de competencias digitales para el emprendimiento. En concreto, atendiendo al Marco Europeo de Competencias Digitales para la Ciudadanía, se identifican y relacionan con mayor frecuencia 4 de las 5 competencias en las publicaciones investigadas.

3.1. Información y alfabetización informacional

En primer lugar, la evidencia reciente sobre la materia (Ben Youssef et al., 2018; Huang et al., 2018; Kamoun-Chouk, 2019; Squicciarini, 2017; Villa, 2018) sugiere que los emprendedores juveniles deben desarrollar competencias para analizar información digital. Se refieren a conocimientos, habilidades y actitudes como: identificar, aprovechar y crear oportunidades y perseguirlas, evaluación de ideas, pensamiento ético y sostenibilidad. En este sentido, en lugar de centrarse únicamente en las competencias técnicas, adquieren mayor importancia las de gestión y organización, ya que influyen en gran medida en los resultados del uso de Internet y, por tanto, en los resultados del rendimiento laboral. Este enfoque puede ayudar a cerrar la brecha entre las habilidades digitales requeridas por la economía digital y la formación y educación tradicionales (Bartolomé et al., 2022).

En un mundo lleno de datos, hay que ser capaz de darles sentido y convertirlos en decisiones procesables e inteligentes (Correani et al., 2020). Las habilidades de análisis de datos abren las puertas a excelentes trayectorias profesionales en la era digital, y la demanda supera con creces la oferta actual, lo que hace que los científicos de datos estén muy solicitados (Fleaca y Stanciu, 2019).

3.2. Comunicación y colaboración

En los artículos predomina la importancia del uso de las plataformas de comercio electrónico y las redes sociales como medio triunfante de comunicación (Buffardi y Savonardo, 2017; Dudin et al., 2020; Nambisan, 2017; Squicciarini, 2017). En un panorama emprendedor, los jóvenes deben centrarse específicamente en las innovaciones digitales, desde el punto de vista de la mejora de la presencia *online*. El uso de los canales digitales se utiliza para mejorar la posición competitiva en los mercados nacionales y extranjeros (Almeida y Buzady, 2019; Goncharov et al., 2020; Obschonka et al., 2017; Srinivasan y Venkatraman, 2018).

Para los nuevos emprendedores, en particular, un reto clave es ser capaz de desarrollar plataformas de innovación que creen enfoques eficientes de salida al mercado (Beetson et al., 2020; Hsieh y Wu, 2019; Pano y Gjika, 2020). La creación y manejo de redes sociales se considera como la competencia básica necesaria para que los emprendedores puedan comunicarse, relacionarse y llegar a crecer en el mundo laboral (Joshi et al., 2018; Rippa y Secundo, 2019; Sorgner, 2017; Walker et al., 2018; Yu, 2017). Para la gente joven supone una gran ventaja al estar habituados al uso personal de estos medios de comunicaciones, conectándolos de una forma personalizada con los usuarios a los que ofrecerán sus proyectos (Delacroix et al., 2019; Olsson y Bernhard, 2020; Oppong et al., 2020; Reuschke et al., 2021). En la actualidad, es esta la generación que más arriesga por el emprendimiento, ya que, al estar constantemente conectados con el mercado digital, desarrollan nuevas estrategias que impulsan el crecimiento de sus proyectos (Kantis et al., 2020).

3.3. Creación de contenidos digitales

Otra de las competencias esenciales que deben tener los emprendedores para conseguir el éxito son las relacionadas con las estrategias de marketing (Chatterjee et al., 2021; Mababu, 2017; Ratten y Jones, 2021; Secundo et al., 2020). El marketing digital es la promoción de productos y servicios a través de plataformas en línea y, cada vez más, es el medio considerado por la mayoría de los emprendedores debido a su menor coste (Cárdenas y Fitzgerald, 2019; Sussan y Acs, 2017). Se considera la competencia más importante al centrarse en conseguir el apoyo y los recursos necesarios para llevar el

emprendimiento más lejos (Gbadegeshin, 2019). Los emprendedores han afirmado que el marketing en redes sociales es una de las estrategias más importantes para mantener sus negocios y adaptarlos a las sociedades modernas (Huarng et al., 2021; Kyurova et al., 2019; Langan et al., 2019).

Para ello es fundamental saber utilizar alguna forma de pensamiento de diseño. El pensamiento de diseño se centra específicamente en empatizar y averiguar para quién estás diseñando, cuáles son sus necesidades (Arthur y Arthur, 2020; Correani et al., 2020; Deb y Bhatt, 2020). Esta habilidad es deseable para desarrollar productos y servicios digitales de manera rentable y oportuna. Los emprendedores deben conectar las nuevas tendencias de consumo con modelos de negocio novedosos (Roundy, 2020), ya que cada vez son más las personas que deciden emprender en distintos ámbitos. Crear productos o servicios más eficientes, escalables y adaptados a las necesidades de los clientes en un mercado cada vez más digital es esencial para la supervivencia y éxito de los emprendedores (Garcez et al., 2022)

La creación de contenidos atractivos debería ser la competencia principal de cualquier emprendedor que busque ampliar su estrategia de marketing digital, independientemente de su sector (Berger et al., 2021; Huarng et al., 2021; Karami y Read, 2021; Millán et al., 2021). Asimismo, se cree que la gestión del conocimiento es la competencia primordial e implica la creación, el control y la utilización de todas las formas de conocimiento en una organización (Fossen y Sorgner, 2017; Tumbas et al., 2018; Warhuus et al., 2017).

3.4. Seguridad

La mayoría de los estudios no especifican información sobre esta área o lo hacen de manera muy general. Sin embargo, en el estudio realizado por Unioncamere (2019) sí se insiste en las medidas de seguridad para salvar y proteger los datos almacenados. El servicio en la nube permite almacenar datos, compartir los datos *online* y acceder a ellos sobre la marcha, ahorrando en el coste de la infraestructura física, aunque esto también aumenta el riesgo de pérdida o robo de datos.

En la era digital actual, la seguridad es un componente crucial de cualquier actividad profesional. Las empresas se enfrentan a nuevos y complicados riesgos de seguridad a medida que dependen cada vez más de la tecnología digital, vulnerabilidades que podrían tener repercusiones nefastas. Por ello, tener la seguridad como competencia digital es vital para las empresas (Qermane y Mancha, 2020).

Ante todo, deben poseer los conocimientos y habilidades necesarios para reconocer y evaluar las posibles amenazas a la seguridad. Deben ser conscientes de los diversos vectores de ataque y debilidades y tener la capacidad de aplicar medidas de seguridad (Rayna et al., 2020; Sahut et al., 2021).

3.5. Resolución de problemas

En cuanto a las actitudes relacionadas con el ámbito tecnológico, varios autores exponen la importancia de las predisposiciones, las motivaciones, el pragmatismo y la ética de los individuos en relación con la informática (Androutsos y Brinia, 2019; Boyaval y Herbert, 2018; Landa et al., 2019; Martínez Dy, 2019). En los jóvenes, se destacaron varias competencias, entre ellas la creatividad, el pensamiento crítico y la habilidad para resolver problemas, según Farber y Welsh (2021). Por otro lado, Martina y Göksen (2020) resaltan la importancia de la experiencia práctica y la capacidad para solucionar problemas en el proceso de aprendizaje para el emprendimiento.

Además, es necesario investigar más sobre las cuestiones sociales asociadas al emprendimiento digital, como la diversidad, la inclusión y la sostenibilidad (Banha et al., 2022; Martínez Dy et al., 2016; Mishra

et al., 2017; Zaheer et al., 2019). El gobierno, la industria y las universidades deben colaborar en una nueva fase de investigación para aclarar los efectos sociales e individuales del emprendimiento digital y sus resultados (Cooke, 2017; Dong, 2019).

Las tecnologías digitales cambian la estructura empresarial a través de la transformación de los modelos de negocio. Específicamente, la implementación de dispositivos electrónicos y la utilización de plataformas digitales, así como otras facilidades técnicas, fomentan la innovación en los procesos de emprendimiento (Hamburg y Bucksch, 2017). Asimismo, el emprendimiento digital proporciona nuevas categorías de valores (funcional, social, emocional...) y nuevas oportunidades basadas en las competencias digitales de los jóvenes y los entornos digitales del emprendimiento (Li et al., 2017).

Muchos autores concuerdan que las competencias de los emprendedores producen cambios en diferentes ámbitos del proceso de emprendimiento. En primer lugar, hay una transformación del negocio desde el punto de vista operativo. Al tener lugar nuevas oportunidades es necesaria una estrategia de mercado específica, una capacidad de intercambio de información a través de la red, una ética digital... (Satalkina y Steiner, 2020; Soltanifar y Smailhodžić, 2021). En segundo lugar, la comunicación es más rápida y permite conectar a otras personas, compartir e intercambiar conocimiento y coordinar tareas de una manera más eficiente. En definitiva, permiten definir nuevas formas de colaborar, recopilar, compartir y organizar recursos, apoyando así el diseño de productos y servicios, la ejecución de actividades, la adecuación entre la demanda y la oferta con el objetivo final de proporcionar un apoyo integral al proceso de innovación y emprendimiento (Nambisan et al., 2017).

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Un elemento clave del emprendimiento digital es cómo las tecnologías digitales y el proceso de digitalización transforman la forma en que los emprendedores pueden crear nuevas fuentes de valor y riqueza. Sin embargo, la digitalización también está transformando lo que significa ser emprendedor y las habilidades y capacidades necesarias.

Este trabajo se centra en el impacto de las competencias digitales en los procesos de emprendimiento y en la creación de nuevos proyectos por parte de jóvenes emprendedores. Tras aplicar una revisión sistemática siguiendo los criterios del sistema PRISMA, hemos podido responder satisfactoriamente a las dos preguntas principales de investigación que planteamos en este estudio. Nuestros hallazgos destacan la importancia de las competencias digitales en el ámbito del emprendimiento, así como la necesidad de seguir investigando en este ámbito para profundizar en aspectos específicos como la seguridad, la diversidad y la sostenibilidad. En cuanto a la implementación de las competencias digitales en el proceso de emprendimiento digital, nuestro análisis ha permitido identificar la relevancia del diseño, el uso y la comercialización de las tecnologías digitales en el contexto de crear nuevas actividades económicas, así como la influencia mutua entre las tecnologías digitales y los procesos de emprendimiento.

Las competencias más importantes que se destacan en la mayoría de los artículos analizados son comunicarse, interactuar y colaborar a través de plataformas digitales, ya que ofrecen una gran cantidad de oportunidades innovadoras y creativas. En la actualidad, esas competencias favorecen que los emprendedores establezcan conexiones, desarrollen ideas, obtengan respuestas de las necesidades de la sociedad y conviertan las interacciones en ideas de éxito (Nedumaran et al., 2020).

El perfil de los emprendedores juveniles se ha visto muy influenciado principalmente por el área de la comunicación y colaboración. No se puede negar que, en la actualidad, las redes sociales son una poderosa herramienta para las empresas. Esto se percibe desde la mejora de la comunicación con los clientes, el aumento de la conciencia de marca y la autoridad, hasta el aumento de las ventas y el tráfico del sitio web, pues demuestran que los beneficios de las redes sociales no pueden ser ignorados.

Una de las principales lagunas detectadas al llevar a cabo la investigación es el escaso uso de marcos teóricos y conceptuales que pongan el concepto de emprendimiento digital a la altura de las principales áreas de investigación académica. Las capacidades y aptitudes de los emprendedores, así como las estrategias de aplicación de las tecnologías digitales y el aprovechamiento de las oportunidades de la digitalización, son cuestiones clave que hasta ahora no han recibido mucha atención. Por otra parte, llama la atención que la literatura científica publicada sea en su gran mayoría en inglés.

Sigue existiendo una brecha entre los jóvenes y el espíritu emprendedor porque, hoy en día, hay muchos que no tienen las competencias necesarias para poner en marcha sus ideas. Varios estudios subrayan la escasa formación que reciben los jóvenes en el ámbito del emprendimiento (Igwe et al., 2021; Palova y Vejacka, 2020; Cabero-Almenara et al., 2022). Se insiste en la poca preparación de los estudiantes universitarios tanto en competencias digitales como en emprendedoras, lo que supone una limitación de oportunidades educativas y de desarrollo profesional. Los programas de emprendimiento actualizados deben facilitar positivamente la mejora de la competencia digital y potenciar la capacidad de construir redes de colaboración en la nueva generación de estudiantes que opten por el emprendimiento como proyecto profesional (Samara y Terzian, 2021).

Aún existen muchos desafíos y cuestiones por resolver en relación al emprendimiento, y aunque no se sepa con certeza el resultado, se debe fomentar la Educación para el Emprendimiento y la Educación en Tecnología desde edades tempranas. Esto ayudará a abordar las cuestiones relacionadas con el emprendimiento de manera más estructurada. Además, sería útil para futuras investigaciones contactar con emprendedores y llevar a cabo entrevistas para obtener una comprensión más profunda de sus experiencias reales en sus proyectos.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, F. y Buzady, Z. (2019). Assessment of Entrepreneurship Competencies Through the Use of FLIGBY. *Digital Education Review*, 35, 151–169. <https://bit.ly/42Ik2U4>
- Androutsos, A. y Brinia, V. (2019). Developing and Piloting a Pedagogy for Teaching Innovation, Collaboration, and Co-Creation in Secondary Education Based on Design Thinking, Digital Transformation, and Entrepreneurship. *Education Sciences*, 9(2), 1-11. <https://doi.org/10.3390/educsci9020113>
- Arthur, K. y Arthur, A. (2020). The Student Entrepreneurial Journey: Motivations, Entrepreneurial Engagements and Challenges among Recent Graduates of Visual Arts Academic Programs in Ghana. *Artivate*, 9(1), 83–98. <https://bit.ly/41F4Bul>
- Banha, F., Coelho, L.S. y Flores, A. (2022). Entrepreneurship Education: A Systematic Literature Review and Identification of an Existing Gap in the Field. *Educ. Sci*, 12, 336. <https://doi.org/10.3390/educsci12050336>
- Bartolomé, J., Garaizar, P. y Larrucea, X. (2022). A Pragmatic Approach for Evaluating and Accrediting Digital Competence of Digital Profiles: A Case Study of Entrepreneurs and Remote Workers. *Tech Know Learn*, 27, 843–878. <https://doi.org/10.1007/s10758-021-09516-3>

- Beetson, S. J., Pradhan, S., Gordon, G. y Ford, J. (2020). Building a digital entrepreneurial platform through local community activity and digital skills with Ngemba First Nation, Australia. *International Indigenous Policy Journal*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/10.18584/IIPJ.2020.11.1.10211>
- Beltrán, O. (2005). Revisión sistemática de la literatura. *Revista Colombiana de Gastroenterología*, 20 (1), 60–69. <https://bit.ly/3Ib7DzC>
- Ben Youssef, A., Boubaker, S. y Omri, A. (2018). Entrepreneurship and sustainability: The need for innovative and institutional solutions. *Technological Forecasting and Social Change*, 129, 232–241. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.11.003>
- Berger, E., Von Briel, F., Davidsson, P. y Kuckertz, A. (2021). Digital or not – The future of entrepreneurship and innovation: Introduction to the special issue. *Journal of Business Research*, 125, 436–442. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.12.020>
- Boyaval, M. y Herbert, M. (2018). One for all and all for one? The bliss and torment in communal entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 92, 412–422. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.06.023>
- Buffardi, A. y Savonardo, L. (2017). Contamination Lab, cultura digitale e imprenditorialità. *Sociologia Del Lavoro*, 147, 201–219. <https://bit.ly/3pGSMGP>
- Cabero-Almenara, J., Barroso-Osuna, J., Gutiérrez-Castillo, J. J. y Palacios 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*, (12), 49–63. <https://doi.org/10.6018/riite.522441>
- Cárdenas, I. y Fitzgerald, B. (2019). The Digital Dilemma: Winning and Losing Strategies in the Digital Talent Race. In *Industry and Higher Education* 33(3), 214–217.
- Chatterjee, I., Cornelissen, J. y Wincent, J. (2021). Social entrepreneurship and values work: The role of practices in shaping values and negotiating change. *Journal of Business Venturing*, 36(1), 1–23. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106064>
- Ćóćkalo, D., Đorđević, D., Bogetić, S. y Bakator, M. (2020). Youth entrepreneurship development: A review of literature and ten-year research results. *Journal of Engineering Management and Competitiveness*, 10(2), 151–161. <https://doi.org/10.5937/jemc2002151Q>
- Comisión Europea (2016). *La educación para el emprendimiento en los centros educativos en Europa*. Informe de Eurydice. <http://dx.doi.org/10.2797/770868>
- Cooke, P. (2017). ‘Digital tech’ and the public sector: what new role after public funding? *European Planning Studies*, 25(5), 739–754. <https://doi.org/10.1080/09654313.2017.1282067>
- Correani, A., De Massis, A., Frattini, F., Petruzzelli, A. M. y Natalicchio, A. (2020). Implementing a Digital Strategy: Learning from the Experience of Three Digital Transformation Projects. *California Management Review*, 62(4), 37–56. <https://doi.org/10.1177/0008125620934864>
- Deb, R. y Bhatt, D. K. (2020). Technology integration through digital learning hub in skill-oriented entrepreneurial education. *Journal of Engineering Education Transformations*, 33, 503–509. <https://doi.org/10.16920/jeet/2020/v33i0/150104>
- Delacroix, E., Parguel, B. y Benoit-Moreau, F. (2019). Digital subsistence entrepreneurs on Facebook. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 887–899. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.06.018>
- Dong, J. Q. (2019). Moving a mountain with a teaspoon: Toward a theory of digital entrepreneurship in the regulatory environment. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 923–930. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.050>

- Dudin, M., Shakhov, O., Ivashchenko, N. y Shakhova, M. (2020). Development Of Entrepreneurial Competencies In The Economy (Evidence From Digital Entrepreneurship). *Revista Inclusiones*, 7, 54–68.
- Dyer, J., Gregersen, H. y Christensen, C. (2008). Entrepreneur behaviors, opportunity recognition, and the origins of innovative ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(4), 317–338. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/sej.59>
- Farber, B. y Welsh, D. (2021). How entrepreneurship influences other disciplines: An examination of learning goals. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.01.003>
- Fleaca, E., y Stanciu, R. D. (2019). Digital-age Learning and Business Engineering Education – a Pilot Study on Students’ E-skills. *Procedia Manufacturing*, 32, 1051–1057. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.promfg.2019.02.320>
- Fossen, F. y Sorgner, A. (2021). Digitalization of work and entry into entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 125, 548–563. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.019>
- Garcez, A., Silva, R. y Franco, M. (2022). Digital transformation shaping structural pillars for academic entrepreneurship: A framework proposal and research agenda. *Educ Inf Technol* 27, 1159–1182. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10638-5>
- Gbadegeshin, S. A. (2019). Commercialization skills: Necessity for high technology entrepreneurs in digital era. In *Advances in Intelligent Systems and Computing* 881, 965–975. https://doi.org/10.1007/978-3-030-02683-7_71
- Goncharov, V., Dmitriyevich, V. y Mokhmadovich, E. (2020). Digital academic entrepreneurship: New opportunities for students in the development of the information environment. *Revista Inclusiones: Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, 7(16), 411–421. <https://bit.ly/3BpovP9>
- Hamburg, I. y Bucksch, S. (2017). Digital Skills For Eco-Innovative Entrepreneurship. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 4(14) 127-136. <https://doi.org/10.14738/assrj.414.3435>
- Huang, G., Li, X., Chen, W. y Straubhaar, J. D. (2018). Fall-Behind Parents? The Influential Factors on Digital Parenting Self-Efficacy in Disadvantaged Communities. *American Behavioral Scientist*, 62(9), 1186–1206. <https://doi.org/10.1177/0002764218773820>
- Huang, K., Botella, D. y Yu, T. (2021). The effect of technology, information, and marketing on an interconnected world. *Journal of Business Research*, 129, 314–318. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.004>
- Hsieh, Y.-J. y Wu, Y. J. (2019). Entrepreneurship through the platform strategy in the digital era: Insights and research opportunities. *Computers in Human Behavior*, 95, 315–323. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.03.033>
- Igwe, P., Okolie, U. y Nwokoro, C. (2021). Towards a responsible entrepreneurship education and the future of the workforce. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.05.001>
- Ilomäki, L., Paavola, S., Lakkala, M. y Kantosalu, A. (2016). Digital competence – an emergent boundary concept for policy and educational research. *Education and Information Technologies*, 21(3), 655–679. <https://doi.org/10.1007/s10639-014-9346-4>
- INTEF (2017). *Marco Común de Competencia Digital Docente*. <https://bit.ly/2QqmwAw>
- Joshi, M. P., Kathuria, R. y Das, S. (2018). Corporate Entrepreneurship in the Digital Era: The Cascading Effect through Operations. *The Journal of Entrepreneurship*, 28(1), 4–34. <https://doi.org/10.1177/0971355718810554>

- Kamoun-Chouk, S. (2019). Study of entrepreneurial students' perceptions of the impact of digital literacy skills on their future career: Evidence from Tunisian higher education. In *Communications in Computer and Information Science*, 1027, 392–402. https://doi.org/10.1007/978-3-030-21451-7_34
- Kantis, H., Federico, J. y García, S. (2020). Entrepreneurship policy and systemic conditions: Evidence-based implications and recommendations for emerging countries. *Socio-Economic Planning Sciences*, 72, 2-11. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100872>
- Karami, M. y Read, S. (2021). Co-creative entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 36(4), 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106125>
- Kyurova, V., Yaneva, D. y Zlateva, D. (2019). Need Of Knowledge In Digital Marketing In Entrepreneurial Activity. *Revista Inclusiones*, 6, 61–72.
- Labanauskaitė, D., Župerkienė, E., Kumpf, A., Šimanskienė, L. y Koller, S. M. (2021). Development of digital and entrepreneurial competences for the future labour market needs. *Entrepreneurship and sustainability issues*, 8, 565-581.
- Landa, M., Blázquez, G. y Castro, C. (2019). Entrepreneurship as a Lifestyle: The role attitude plays in the employment dynamics of workers in the fitness and children's party sectors (Córdoba, Argentina). *Debats: Revista de Cultura, Poder i Societat*, 4, 25–42. <https://bit.ly/3nYn5Z5>
- Langan, R., Cowley, S. y Nguyen, C. (2019). The State of Digital Marketing in Academia: An Examination of Marketing Curriculum's Response to Digital Disruption. *Journal of Marketing Education*, 41(1), 32–46. <https://doi.org/10.1177/0273475318823849>
- Li, W., Du, W. y Yin, J. (2017). Digital entrepreneurship ecosystem as a new form of organizing: the case of Zhongguancun. *Frontiers of Business Research in China*, 11, 1-21. <https://doi.org/10.1186/s11782-017-0004-8>
- Mababu, R. (2017). La transformación digital y el emprendimiento de los jóvenes en Iberoamérica. *Revista Internacional y Comparada de Relaciones Laborales y Derecho Del Empleo*, 5(2), 111–128. <https://bit.ly/3M6CuON>
- Martina, R. A., & Göksen, S. (2020). Developing Educational Escape Rooms for Experiential Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 5(3), 449–471. <https://doi.org/10.1177/2515127420969957>
- Martínez Dy, A. (2019). Levelling the playing field? Towards a critical-social perspective on digital entrepreneurship. *Futures*, 2-16. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2019.102438>
- Martinez Dy, A., Martin, L. y Marlow, S. (2018). Emancipation through digital entrepreneurship? A critical realist analysis. *Organization*, 25(5), 585–608. <https://doi.org/10.1177/1350508418777891>
- Millán, J. M., Lyalkov, S., Burke, A., Millán, A. y Van Stel, A. (2021). 'Digital divide' among European entrepreneurs: Which types benefit most from ICT implementation? *Journal of Business Research*, 125, 533–547. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.034>
- Ministero dell'Istruzione e del Merito. (2018, 26 marzo). *Pubblicato il Sillabo per l'Educazione all'imprenditorialità nella scuola secondaria*. <https://bit.ly/3Mrqg4V>
- Mishra, K., Wilder, K. y Mishra, A. (2017). Digital literacy in the marketing curriculum: Are female college students prepared for digital jobs? *Industry and Higher Education*, 31(3), 204–211. <https://doi.org/10.1177/0950422217697838>
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G. y Group, T. P. (2009). Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses: The PRISMA Statement. *PLOS Medicine*, 6(7), 1-6. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>

- Nambisan, S. (2017). Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055. <https://doi.org/10.1111/etap.12254>
- Nedumaran, G., Saroja, R. y Scholar, M. (2020). A Study on Support Digital Entrepreneurship. *Dogo Rangsang Research Journal*, 10(6), 261-272.
- Obschonka, M., Fisch, C. y Boyd, R. (2017). Using digital footprints in entrepreneurship research: A Twitter-based personality analysis of superstar entrepreneurs and managers. *Journal of Business Venturing Insights*, 8, 13–23. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.05.005>
- Olsson, A. y Bernhard, I. (2020). Keeping up the pace of digitalization in small businesses—Women entrepreneurs' knowledge and use of social media. *International Journal of Entrepreneurial Behavior y Research*, 27(2), 378-396. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2019-0615>
- Olugbola, A. (2017). Exploring entrepreneurial readiness of youth and startup success components: Entrepreneurship training as a moderator. *Journal of Innovation y Knowledge*, 2(3), 155–171. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2016.12.004>
- Oppong, G., Singh, S. y Kujur, F. (2019). Potential of digital technologies in academic entrepreneurship – a study. *International Journal of Entrepreneurial Behavior y Research*, 26(7), 1449-1476. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2019-0401>
- Palova, D. y Vejacka, M. (2020). Improving the quality of entrepreneurial education by ICT education of HEI pedagogical staff. *MIPRO*, 564–569. <https://doi.org/10.23919/MIPRO48935.2020.9245139>
- Pano, N. y Gjika, I. (2020). Fostering students entrepreneurship through digital platforms. *Universal Journal of Educational Research*, 8(7), 3179–3188. <https://doi.org/10.13189/ujer.2020.080747>
- Pellerey, M. (2014). La competenza digitale: una competenza chiave per l'apprendimento permanente. *Centro Nazionale Opere Salesiane - Formazione e Aggiornamento Professionale*, 1. <https://bit.ly/3lbNMjX>
- Prendes-Espinosa, M.P. (2022). Formar para el emprendimiento digital: construyendo los ciudadanos del siglo XXI. *RiiTE Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa*, 12, 1-19. <https://doi.org/10.6018/riite.525101>
- Prendes-Espinosa, P., Solano-Fernández, I.M. y García-Tudela, P.A. (2021). EmDigital to Promote Digital Entrepreneurship: The Relation with Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(63), 1-14. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010063>
- Qermane, K. y Mancha, R. (2020). WHOOP, Inc.: Digital Entrepreneurship During the Covid-19 Pandemic. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 2515127420975181. <https://doi.org/10.1177/2515127420975181>
- Ratten, V. y Jones, P. (2021). Entrepreneurship and management education: Exploring trends and gaps. *The International Journal of Management Education*, 19(1), 1-7. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2020.100431>
- Rayna, T., Striukova, L., Voigt, C., Unterfrauner, E., Hofer, M., Palova, D., Vejacka, M., Nambisan, S. y Baron, R. A. (2020). Fostering skills for the 21st century: The role of Fab labs and makerspaces. *CEUR Workshop Proceedings*, 164, 564–569. <https://doi.org/10.23919/MIPRO48935.2020.9245139>
- Rengamani, J. y Shameem, A. (2018). Inevitability of The Entrepreneurial Skills Among The Mechanical Engineering Students In Chennai – An Empirical Study. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET)*, 9(7), 1455–1463. <https://bit.ly/3MqUFA6>
- Reuschke, D., Mason, C. y Syrett, S. (2021). Digital futures of small businesses and entrepreneurial opportunity. *Futures*, 128, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2021.102714>

- Rippa, P. y Secundo, G. (2019). Digital academic entrepreneurship: The potential of digital technologies on academic entrepreneurship. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 900–911. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.013>
- Román-García, M. del M. y González Calatayud, V. (2022). La competencia de emprendimiento digital en función del género: el proyecto EmDigital. *Hachetetepe. Revista científica De Educación Y Comunicación*, (24), 1205. <https://doi.org/10.25267/Hachetetepe.2022.i24.1205>
- Roundy, P. (2020). An “extra life” for the arcade? Entrepreneurship, hybridization, and industry renewal. *Journal of Business Venturing Insights*, 14, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00178>
- Sahut, J.-M., Landoli, L. y Teulon, F. (2021). The age of digital entrepreneurship. *Small Business Economics*, 56(3), 1159–1169. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00260-8>
- Samara, G., & Terzian, J. (2020). *Challenges and Opportunities for Digital Entrepreneurship in Developing Countries*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-53914-6_14
- Satalkina, L. y Steiner, G. (2020). Digital Entrepreneurship and its Role in Innovation Systems: A Systematic Literature Review as a Basis for Future Research Avenues for Sustainable Transitions. *Sustainability*, 12 (7). <https://doi.org/10.3390/su12072764>
- Secundo, G., Rippa, P. y Cerchione, R. (2020). Digital Academic Entrepreneurship: A structured literature review and avenue for a research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 157. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120118>
- Soltanifar, M. y Smailhodžić, E. (2021). Developing a Digital Entrepreneurial Mindset for Data-Driven, Cloud-Enabled, and Platform-Centric Business Activities: Practical Implications and the Impact on Society. *Digital Entrepreneurship, Future of Business and Finance*, 3-21. https://doi.org/10.1007/978-3-030-53914-6_1
- Sorgner, A. (2017). The automation of jobs: A threat for employment or a source of new entrepreneurial opportunities? *Foresight and STI Governance*, 11(3), 37–48. <https://doi.org/10.17323/2500-2597.2017.3.37.48>
- Squicciarini, M. (2017). Entrepreneurship, innovation and enterprise dynamics. *Small Business Economics*, 48(2), 273–278. <https://bit.ly/45dl6Qn>
- Srinivasan, A. y Venkatraman, N. (2018). Entrepreneurship in digital platforms: A network-centric view. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 54–71. <https://doi.org/10.1002/sej.1272>
- Sussan, F. y Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 49(1), 55–73. <https://bit.ly/41AXCTk>
- Tumbas, S., Berente, N. y Brocke, J. (2018). Digital Innovation and Institutional Entrepreneurship: Chief Digital Officer Perspectives of their Emerging Role. *Journal of Information Technology*, 33(3), 188–202. <https://doi.org/10.1057/s41265-018-0055-0>
- Unioncamere (2019). *Le competenze digitale*. Sistema Informativo Excelsior.
- Villa, A. (2018). Un modelo de emprendimiento social: competencias sociales y empresariales. *Tendencias actuales de las transformaciones de las universidades en una nueva sociedad digital*, 789–808. <https://bit.ly/42XDVG6>
- Walker, V., Bowkett, G. y Duchaine, I. (2018). All Companies Are Technology Companies. *Canadian Public Policy / Analyse de Politiques*, 44(1), 153–158. <https://bit.ly/41CHGzT>
- Warhuus, J. P., Tanggaard, L., Robinson, S. y Erno, S. M. (2017). From I to We: collaboration in entrepreneurship education and learning? *EDUCATION AND TRAINING*, 59(3), 234–249. <https://doi.org/10.1108/ET-08-2015-0077>

Wei, X., Liu, X. y Sha, J. (2019). How Does the Entrepreneurship Education Influence the Students' Innovation? Testing on the Multiple Mediation Model. *Frontiers in Psychology*, 10, 1-10.

<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01557>

Yu, H. (2017). Editorial: Beyond E-Commerce: The Social Case of China's Digital Economy. *China Perspectives*, 4 (112), 3-8. <https://bit.ly/42z7Jt9>

Zaheer, H., Breyer, Y. y Dumay, J. (2019). Digital entrepreneurship: An interdisciplinary structured literature review and research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 148, 1-20.

<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119735>

INFORMACIÓN SOBRE LA AUTORA

M.^a Victoria Fernández Scagliusi

Universidad de Sevilla

Graduada en Educación Primaria, mención lengua inglesa, Universidad de Sevilla; Máster en Formación y Orientación Laboral, Universidad de Sevilla; Doctoranda, tesis en codirección en la Universidad de Sevilla y la Universidad de Bolonia.



Los textos publicados en esta revista están sujetos a una licencia de Reconocimiento 4.0 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos, comunicarlos públicamente y hacer obras derivadas siempre que reconozca los créditos de las obras (autoría, nombre de la revista, institución editora) de la manera especificada por los autores o por la revista. La licencia completa se puede consultar en: [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-Compartir por igual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).