Interconectando Saberes
ISSN: 2448-8704
Año 10, No. 19
Enero - Junio 2025
doi: https://doi.org/10.25009/is.v0i19.2940

Emprendimiento digital como estrategia de innovación en negocios emergentes:
Un análisis desde la competitividad

Dulce Yaneth López Romero [a]

Resumen – El emprendimiento digital es clave para la innovación en negocios emergentes, especialmente en micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). Utiliza Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para expandir mercados, mejorar la eficiencia operativa y personalizar estrategias de marketing. A diferencia del emprendimiento tradicional, el digital permite flexibilidad y accesibilidad, potenciando la visibilidad internacional y la creación de redes. Este modelo impulsa la competitividad económica al permitir que los emprendedores se adapten rápidamente a cambios del entorno y aprovechen oportunidades comerciales globales. La innovación es central en el emprendimiento digital, no solo en productos, sino también en procesos logísticos y modelos de negocio. Además, en países como México, ha generado empleos y oportunidades, especialmente para mujeres. Así, el emprendimiento digital transforma la forma de hacer negocios, fomentando un ecosistema dinámico y accesible para nuevos emprendedores.

Palabras clave – Emprendimiento, Emprendimiento, Competitividad, Innovación, Tecnologías de la Información y Comunicación.

Abstract – Digital entrepreneurship is key to innovation in emerging businesses, especially in micro, small and medium-sized enterprises (MSMEs). Use Information and Communication Technologies (ICT) to expand markets, improve operational efficiency and personalize marketing strategies. Unlike traditional entrepreneurship, digital entrepreneurship allows flexibility and accessibility, enhancing international visibility and networking. This model boosts economic competitiveness by allowing entrepreneurs to quickly adapt to changes in the environment and take advantage of global business opportunities. Innovation is central to digital entrepreneurship, not only in products, but also in logistics processes and business models. Furthermore, in countries like Mexico, it has generated jobs and opportunities, especially for women. Thus, digital entrepreneurship transforms the way of doing business, promoting a dynamic and accessible ecosystem for new entrepreneurs.

Keywords – Entrepreneurship, Digitalization, Competitiveness, Innovation, Information and Communication Technologies.

CÓMO CITAR
HOW TO CITE:

López Romero, D. Y. (2025). Emprendimiento digital como estrategia de innovación en negocios emergentes: Un análisis desde la competitividad. *Interconectando Saberes*, (19), 157-167. https://doi.org/10.25009/is.v0i19.2940

Recibido: 17 de diciembre de 2024
Aceptado: 21 de febrero de 2025
Publicado: 07 de marzo de 2025

[a] Universidad Veracruzana, México. E-mail: dullopez@uv.mx

INTRODUCCIÓN

En un mundo cada vez más interconectado y competitivo, el emprendimiento digital se ha consolidado como una estrategia clave para la innovación en negocios emergentes, especialmente en micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). La capacidad de los emprendedores para identificar oportunidades y generar valor mediante la creación de nuevos productos, servicios y procesos es un motor fundamental para la competitividad económica de las naciones. En este contexto, la adopción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha transformado radicalmente la forma en que los negocios se conciben, desarrollan y operan, facilitando la globalización de mercados y optimizando la eficiencia operativa.

Este artículo explora cómo el emprendimiento digital se diferencia del tradicional al aprovechar plataformas en línea y herramientas digitales, permitiendo la flexibilidad, accesibilidad y personalización de estrategias de marketing sin importar el tamaño del negocio. Asimismo, se analiza su impacto en la competitividad empresarial y el desarrollo económico, destacando la importancia de la innovación como pilar para la sostenibilidad de los negocios emergentes. La investigación aborda el rol de las TIC y la globalización en la adaptación rápida a cambios del entorno, creando un panorama de oportunidades comerciales que trascienden las limitaciones geográficas tradicionales.

En este sentido, comprender las dinámicas del emprendimiento digital se vuelve crucial para diseñar estrategias competitivas en un entorno empresarial en constante evolución. Este análisis proporciona una visión integral sobre el potencial del emprendimiento digital como catalizador de innovación y crecimiento económico, estableciendo un marco de referencia para futuros emprendedores y estrategas empresariales.

EMPRENDIMIENTO

La generación de riqueza y la vitalidad de la economía de un país se derivan de la competitividad exhibida por sus empresas; sin importar el tamaño o el sector, las unidades económicas tienen un profundo impacto en la economía nacional e internacional de un país; es por ello que, la creación de empresas es importante para establecer competitividad y sostenibilidad.

Sin embargo, la construcción de las organizaciones está fuertemente vinculada a la capacidad de los empresarios (Niu, *et al.*, 2024); estos individuos tienen la habilidad de identificar o crear oportunidades, muchas de las cuales se materializan a través de micro, pequeñas y medianas empresas y en la creación de nuevos productos, servicios, procesos productivos, estrategias innovadoras, formas de organización y la exploración de nuevos mercados; este fenómeno se conoce como emprendimiento (Gala, *et al.*, 2024)

El emprendimiento inicia con una idea de negocio, que nace con el objetivo de aprovechar oportunidades y generar valor, no solo económico, sino de innovación social; estos modelos de negocio representan a una fuerza económica significativa (Yadav, *et al.*, 2023), donde las personas encuentran oportunidades en situaciones que otros perciben como problemas.

El espíritu empresarial se ha convertido en un símbolo de tenacidad y logro empresarial, siendo una fuente crucial de cambio en diversos aspectos de la sociedad; la actividad emprendedora es una tendencia que prolifera en todo el mundo, debido a que desde un punto de vista crítico es una estrategia de autoempleo (Rothe, *et al.*, 2023); cada vez más, nacen organizaciones

Interconectando Saberes, Año 10, Número 19, Enero - Junio de 2025, 157-167
ISSN 2448-8704 doi: https://doi.org/10.25009/is.v0i19.2940
(cc) BY-NC-ND

con el objetivo de cubrir diversas necesidades, las cuales van desde el consumo hasta la generación de valor agregado en la economía, el emprendimiento no solo beneficia a quien lo crea, este también genera ventajas a los posibles clientes por el aumento y la diversidad de la oferta, además de generar desarrollo económico, tecnológico y social en el país (Ilyas, *et al.*, 2023).

El proceso emprendedor comienza con una idea, generalmente dando origen a un producto o servicio, el éxito de esta idea está intrínsecamente ligado a la audacia, tenacidad, creatividad y capacidad innovadora del emprendedor, en términos generales, el emprendimiento implica la creación de nuevas empresas, estrategias innovadoras o conceptos novedosos para productos o servicios ya existentes, así como la exploración de mercados no desarrollados; como ha señalado Cornet, *et al* (2022) estos emprendimientos son considerados como un motor importante de la economía, contribuyendo al crecimiento económico, al desarrollo social y a la formación de una cultura empresarial.

Las oportunidades que aprovecha el emprendedor surgen debido a las diferentes creencias que los diversos agentes tienen sobre el valor de los recursos, la teoría del empresario se enfoca en la heterogeneidad existente en estas creencias sobre el valor de los recursos. Según Chakraborty, *et al* (2023) y Yadav, *et al* (2023) el surgimiento de emprendimientos se atribuye a dos escenarios claramente identificados, en primer lugar, durante periodos de recesión económica, donde el desempleo aumenta y los emprendedores ven en el establecimiento de micro y pequeñas empresas una opción para mejorar o generar ingresos, en segundo lugar, en contextos de crecimiento económico, donde los empresarios encuentran oportunidades para destacar su talento y creatividad (Foisal, *et al.*, 2023).

Generalmente, si bien el emprendimiento es el catalizador de oportunidades y expansión de mercados, es importante mencionar literatura clásica que enriquece el concepto de emprendimiento, por lo cual a continuación se muestran la Tabla 1 con algunas de las definiciones clásicas del término emprendimiento y emprendedor.

Tabla 1

Definiciones clásicas del término emprendimiento y emprendedor

Autor	Definición
Richard Cantillon (1755)	Persona que adquiere productos a precios conocidos con el propósito de venderlos en el mercado a precios no revelados.
Jean-Batiste Say (1803)	Individuo encargado de aplicar conocimientos en la creación de un producto destinado al consumo humano y de gestionar los ingresos generados por la venta de dichos productos para su distribución entre los insumos utilizados.
Alfred Marshall (1890)	Aquel que coordina el capital y el trabajo dentro de una empresa, gestionando la oferta y la demanda en el mercado. Los emprendedores asumen todos los riesgos asociados con la producción, liderando y administrando sus negocios, buscando minimizar costos, siendo innovadores y orientados al progreso.
Joseph Schumpeter (1911)	La creación de nuevas combinaciones generadas por empresarios, quienes introducen innovaciones técnicas y financieras en un entorno competitivo, enfrentando riesgos y beneficios continuos que no siempre se mantienen.
Frank Knight (1921)	Individuos necesarios para llevar a cabo cada función gerencial esencial, incluyendo la responsabilidad de liderar y controlar.

Nota: elaboración propia con información de Nolasco, *et al* (2023); Carranza y Ávila (2023)

BY-NC-ND

CONCEPTUALIZACIÓN CLÁSICA DEL EMPRENDIMIENTO

En relación con las definiciones clásicas del emprendimiento y siguiendo el modelo de Cantillon, el emprendimiento surge cuando un individuo asume el riesgo de adquirir bienes para posteriormente transformarlos y revenderlos, enfrentándose a la incertidumbre, ya que el tamaño de la demanda o los posibles compradores siempre es incierto, (Zambrano & Vázquez, 2019). Por otro lado, según Say (1803), el emprendedor se presenta como aquel que coordina todos los medios de producción para crear bienes o servicios (Terán & Guerrero, 2020).

Desde la perspectiva de Say, el emprendedor requiere conocimientos de administración estratégica para fomentar el emprendimiento, destacando la importancia de habilidades como liderazgo, asertividad, prevención y toma de riesgos; Say también argumenta que la creación de emprendedores es esencial para el desarrollo de un país (Zamora, 2018).

Marshall, por su parte, incorpora el emprendimiento como un factor de producción, y coincide con Say al asociar el emprendimiento con la actividad coordinadora y las habilidades innatas de liderazgo de un emprendedor, en este sentido, Marshall lo define como aquel que coordina los factores de producción (Hernández, 2021).

Schumpeter retoma las ideas de Cantillon y Say, definiendo al emprendedor como alguien con habilidades para crear innovaciones técnicas y financieras, asumiendo riesgos y beneficios cambiantes que impulsan el desarrollo económico; en la perspectiva contemporánea, Cantillon, Say y Schumpeter son considerados los "padres" del emprendimiento por Rivera (2011), Alean, *et al.* (2017) y Querejazu (2020).

Entonces, se debe destacar que, dentro de la literatura clásica, Calliton caracteriza al emprendedor por asumir riesgos, mientras Say, Marshall y Schumpeter si bien mencionan la importancia de el empresario al asumir riesgos, también necesitan una visión estratégica y administrativa para concretar una idea de negocios.

Estas últimas conceptualizaciones, a pesar de ser clásicas y las pioneras del termino emprendimiento, coinciden con teoría contemporánea, pues Foisal et al (2023) Tabanlı, *et al* (2023) y Lamine, *et al* (2023); mencionan que para concretar y formular de manera correcta una idea de negocio y/o emprendimiento, se necesita una visión estratégica y orientada a los negocios. En virtud de esto, actualmente existen Instituciones de Educación Superior (IES) que han integrado al emprendimiento o derivados de estos, como una experiencia educativa, o por lo menos han creado alianzas y encaminado estrategias para fomentar el espíritu entusiasta y emprendedor en los estudiantes.

Es decir, el alcance del emprendimiento es aún mayor de lo que se cree, pues es la base para la creación de grandes empresas; sin embargo, existen autores que siguen asociando el concepto con la falta de oportunidades de empleo (Avila, 2021), flexibilidad laboral, honorarios mal pagados etc. Ideas que contrastan desde el punto de vista de Montero y Camacho (2019) quienes señalan que el emprendimiento no siempre surge por la falta de oportunidades, sino por el impulso, la creatividad y la innovación del individuo para generar ventajas competitivas en el mercado.

Si bien existen sólidas definiciones del emprendimiento, es importante mencionar que este es el primer paso para la creación de nuevas empresas, pues grandes organizaciones se han desarrollado a partir

Interconectando Saberes, Año 10, Número 19, Enero - Junio de 2025, 157-167
ISSN 2448-8704 doi: https://doi.org/10.25009/is.v0i19.2940
(cc) BY-NC-ND

de una idea de negocios y que con el tiempo se ha consolidado como grandes corporaciones, las cuales sirven como fuente de ingresos, empleo y actividad económica al país. En este contexto, es importante que existan herramientas para fomentar el emprendimiento y la creación de micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) sobre todo en un ambiente donde las Mipymes tienden a desparecer por carencia de recursos económicos, tecnológicos y humanos.

No obstante, debido al alcance de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICS) y la cuarta revolución industrial, los emprendedores han encontrado una nueva forma de revolucionar sus negocios y acrecentar su potencial, pues existe un número considerable de microempresas que han utilizado las herramientas digitales como las redes sociales para desarrollar su emprendimiento (Boutaky, *et al.*, 2023).

EMPRENDIMIENTO DIGITAL

El entorno digital se ha convertido innegablemente en un factor crucial en los planes estratégicos del siglo XXI. Los avances tecnológicos y las condiciones económicas locales e internacionales plantean desafíos significativos para los negocios, con la creciente popularidad del ciberespacio, surgen cada vez más emprendedores digitales, y aquellos microempresarios que logran adoptar y aprovechar el ecosistema digital encuentran oportunidades comerciales (Kraus, *et al.*, 2023)

El emprendimiento digital se refiere a la creación, desarrollo y gestión de negocios en el entorno digital, a diferencia de las empresas tradicionales, los emprendedores digitales aprovechan las tecnologías de la información y la comunicación para innovar y maximizar el potencial de sus iniciativas; este tipo de emprendimiento implica aprovechar las herramientas digitales y las plataformas en línea para innovar, comercializar productos o servicios, conectar con audiencias globales y generar valor económico (Farag, *et al.*, 2023; Borja, *et al.*, 2020)

El emprendimiento digital nace con el surgimiento de la globalización y el alcance tecnológico de el ultimo milenio, debido a que, gracias a las conexiones inalámbricas, las TICS y sobre todo al uso de las redes sociales (Koller, *et al.*, 2021), las microempresas han encontrado una oportunidad para visibilizar sus negocios no solo a nivel local y regional, sino hasta nacional e internacional.

Este nuevo modelo de negocios implica la capacidad de concebir y desarrollar iniciativas innovadoras utilizando las TICS, también implica la venta de productos o servicios digitales a través de redes sociales; este término abarca las oportunidades que las TIC ofrecen a emprendedores que buscan publicar o producir contenido, aunque el ámbito virtual posiciona al emprendedor digital en un mercado internacional (Roman & Gonzáles, 2022) también se aplica al mercado local, en muchas instancias, los productos de estos emprendimientos requieren abordar la realidad local en un contexto global y digital.

Los negocios completamente digitales desde el punto de vista de autores como Burguete et al (2020) pueden considerarse aquellos emprendimientos que han innovado o rehecho un servicio con la ayuda de la tecnología, ya sea la inteligencia artificial, la *big data*, etc. Sin embargo, en su mayoría, la literatura favorece que el emprendimiento digital no necesariamente realiza sus actividades con alta tecnología, sino ejecuta alguna función del proceso de logística, producción, comercialización y distribución mediante plataformas o

BY-NC-ND

herramientas digitales; en el mayor de los casos en las mipymes o emprendimientos emergentes, es el proceso de mercadotecnia y comercialización (Salazar, *et al.*, 2018)

La mentalidad del emprendedor digital desafía la forma tradicional de gestionar la comunicación al convertirse en el creador, distribuidor y promotor de contenido mediado por la tecnología para aprovechar oportunidades comerciales identificadas (Vázquez, *et al.*, 2019); la comunicación digital proporciona la oportunidad de conectar, conversar e interactuar con individuos a través de diversas plataformas tecnológicas que permiten la producción y el consumo de contenido; los emprendedores se benefician como estrategas de comunicación, combinando la experiencia en la creación de narrativas que generen interés para ser escuchadas y compartidas, añadiendo así valor a la marca personal o empresarial, en consecuencia, el emprendimiento digital se presenta como una opción para los microempresarios con el conocimiento tecnológico necesarios para crear valor (Koller, *et al.*, 2023).

En este sentido, los emprendimientos digitales necesitan de emprendedores que posean capacidades para adoptar y adaptarse a las tecnologías emergentes, la rápida evolución del entorno digital requiere una disposición constante para actualizar y mejorar las estrategias y operaciones, por lo cual es sumamente significativos que, a través de internet, los emprendedores digitales pueden llegar a audiencias a nivel mundial sin las limitaciones geográficas de los negocios tradicionales (Mera, *et al.*, 2022), esta capacidad de globalización amplía las oportunidades de mercado y la diversificación de clientes.

En el escenario del emprendimiento digital, se fomenta un enfoque de comunicación holístico basado en la disciplina (Cabrera, *et al.*, 2020), combinado con un enfoque estratégico en las redes sociales, la publicidad y el *marketing* para alinear todos los esfuerzos comunicacionales con los objetivos del negocio, esta integración estratégica facilita la construcción de contenido adecuado para los mercados, distribuido a través de múltiples canales para asegurar que la audiencia objetivo experimente coherencia con la marca (Nolasco, *et al.*, 2023).

Desde esta perspectiva, el emprendimiento digital lleva al emprendedor de la especialización extrema a un enfoque multidisciplinario con comprensión del entorno empresarial y conocimiento del mercado, requiere una combinación estratégica en varias plataformas sincronizadas para llegar a diversos públicos; la innovación tecnológica es un pilar fundamental en el emprendimiento digital, pues el mercado demanda constantemente maneras creativas de mejorar productos, servicios o procesos mediante el uso de la tecnología (Carranza & Ávila, 2020) ya sea por el desuso de plataformas digitales, redes sociales y otras herramientas en línea para conectar y comunicarse con sus audiencias, la construcción de una presencia digital sólida es esencial para el éxito en este ámbito

Otra perspectiva importante dentro del emprendimiento digital es el uso y almacenamiento de datos, pues es esencial la analítica de datos para comprender el comportamiento del usuario, tomar decisiones informadas y mejorar continuamente sus operaciones, este proceso contribuye mucho a la intención de recompra y por lo tanto puede ser un catalizador de nuevas oportunidades, dada la naturaleza cambiante del entorno digital, los emprendedores

Interconectando Saberes, Año 10, Número 19, Enero - Junio de 2025, 157-167
ISSN 2448-8704 doi: https://doi.org/10.25009/is.v0i19.2940
(cc) BY-NC-ND

digitales deben ser flexibles y capaces de adaptarse rápidamente a nuevas tendencias, demandas del mercado y avances tecnológicos, además de fomentar la colaboración en línea y la construcción de redes digitales.

El emprendimiento digital es una alternativa sumamente atractiva y competitiva, pues a diferencia del emprendimiento tradicional, este fomenta la innovación tecnológica, además que favorece a los microempresarios que no cuentan con los recursos económicos para materializar sus negocios, pues desde el ciberespacio (Roman & Gonzáles, 2022) con un dispositivo electrónico y conexión a internet pueden comercializar, distribuir y promocionar sus productos. De hecho, esta tendencia se ha viralizado en la última década en el territorio mexicano, donde los empresarios crean una red a través de aplicaciones digitales como *whats app, Facebook, Instagram* y con una logística 100% digital hacen llegar sus productos al cliente final (Mariano & Escobar, 2023).

Aunque el emprendimiento digital es una tendencia que ha proliferado en todo el mundo y no es exclusiva de géneros, es importante mencionar que por lo menos en México, un número considerable de mujeres han recorrido a las ventas digitales (Román & Gonzáles, 2022), de hecho, el termino es coloquialmente conocido como *"El efecto de las nenis"* las cuales son mujeres emprendedoras que de acuerdo con el Laboratorio de Análisis en Comercio, Economía y Negocios de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) (2021) generan 9.5 millones de pesos al día, además el informe destaca que cerca de 13 millones de hogares en México tienen ingresos gracias a este tipo de actividad comercial.

Es decir, el emprendimiento digital está contribuyendo significativamente a la economía de millones de hogares mexicanos, además ofrece una alternativa de empleabilidad para un sector que se encuentra desfavorecido al momento de la búsqueda de empleo, pues si la estadística demuestra que los emprendedores digitales son mayormente mujeres, es porque estas han encontrado ahí los medios para trabajar de forma flexible y a bajo costo.

Finalmente, es importante reconocer el impacto de la digitalización y el internet en la economía de una nación, pues la forma de hacer negocios ha cambiado indiscutiblemente para bien, pues aunque se necesita de conocimientos administrativos y estratégicos para hacer funcionar una idea de negocio (Kraus, *et al*., 2023) en la actualidad basta con contar con la iniciativa e innovación disponible para hacer crecer y consolidar una marca dentro del mercado. Esto favorece a varios sectores vulnerables y que antes requerían de muchos sacrificios para poder construir un emprendimiento, pues la era digital promueve espacios virtuales, donde la comercialización, distribución y venta puede realizarla directamente una persona, sin recurrir a gastos como el pago de honorarios.

No obstante, el ecosistema digital continuará evolucionando y los emprendedores deberán adaptarse para utilizar la tecnología con fines empresariales y sociales, en el caso de las Instituciones de Educación Superior (IES) el enfoque se centra en la formación de líderes, emprendedores y estrategas con las habilidades necesarias para su autogestión y capaces de ayudar a sus empresas y clientes a desarrollar sus negocios exitosamente en cualquier entorno digital prevaleciente.

BY-NC-ND

INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Una de las principales características del emprendimiento es la innovación, pues gracias a esta se introducen nuevas ideas, conceptos, productos, servicios o enfoques que resultan en mejoras significativas o cambios positivos en diversos aspectos de la sociedad, la economía, la tecnología, la cultura, entre otros (Salih, *et al.*, 2024)

La innovación no se limita simplemente a la creación de algo completamente nuevo, sino que también puede involucrar mejoras en productos o procesos existentes; en los negocios emergentes, la innovación es un pilar para poder vender un producto, pues este es el elemento o valor agregado (Al-Tarawneh, *et al.*, 2024); sin embargo, la innovación también se puede contemplar en la forma de realizar la logística o distribución del producto.

La innovación implica la capacidad de adaptarse a los cambios en el entorno, ya sea tecnológico, social, económico o cultural, las organizaciones innovadoras son capaces de ajustarse y evolucionar en respuesta a las demandas cambiantes (Avelar, *et al.*, 2024); en este contexto, todos los negocios o emprendimientos digitales realizan una innovación constante, pues al encontrare en entornos completamente digitales cambian la perspectiva de hacer los negocios pues el impacto de la tecnología en la transformación de las operaciones empresariales crea valor (Farag & Nicholas, 2023)

La integración de la tecnología en los modelos de negocios puede ser un elemento crucial para desarrollar enfoques innovadores y disruptivos, es decir, las empresas deben estar alerta a las tendencias tecnológicas y adoptarlas estratégicamente para preservar su ventaja competitiva, puesto que cuando la innovación se implementa de manera efectiva, puede tener un impacto positivo en la sociedad, la economía y el medio ambiente, además de generar beneficios económicos, mejorar la calidad de vida y abordar desafíos globales (Borja, *et al.*, 2020).

Es decir, la innovación es un proceso dinámico que implica la generación, desarrollo e implementación de ideas novedosas o mejoradas con el objetivo de generar un impacto positivo y conducir al progreso, puede ocurrir en diversos ámbitos, desde la tecnología hasta la cultura y la gestión empresarial; en esta última dimensión, la innovación es muy importante, pues solo aquellos negocios que sean altamente innovadores, pueden ser competitivos, pues autores como López, *et al* (2023) mencionan que la innovación y la competitividad empresarial son variables dinámicas y dependientes, por lo que se necesita una, para que exista otra.

De manera general, se puede describir que la innovación es un aliado estratégico de los negocios emergentes, pues debido a la habilidad del emprendedor para desenvolverse en entornos completamente digitales aumenta la productividad de la organización, debido a que entre mayor alcance se obtengan en las plataformas digitales, mayor rentabilidad y competitividad obtendrán los emprendimientos digitales.

En este sentido, las variables de emprendimiento digital, innovación y competitividad se vuelven dependientes, pues para alcanzar la rentabilidad de un negocio se necesita innovar constantemente, ya sea en el proceso productivo, comercializador o distribuidor, cosa que ya realizan los emprendedores digitales al realizarlo mediante internet. Es importante mencionar que la innovación no siempre se trata de crear algo u

Interconectando Saberes, Año 10, Número 19, Enero - Junio de 2025, 157-167
ISSN 2448-8704 doi: https://doi.org/10.25009/is.v0i19.2940
(cc) BY-NC-ND

mejorar algo, sino de aprovechar las herramientas y oportunidades y con ellas construir ventajas competitivas.

Finalmente, tal y como lo indica la literatura, el emprendimiento es sumamente importante en la creación de unidades económicas, pues este el primer acercamiento del empresario con el mundo real y sus potenciales clientes; sin embargo, en décadas anteriores se necesitaba de un considerable capital para materializar el negocio y constituirlo en un espacio fisico, bajo la expectativa e incertidumbre; gracias a la revolución digital, ahora los emprendedores obtienen mayores facilidades gracias al ciberespacio, pues incluso algunos inician las operaciones desde casa, reduciendo significativamente los costos, lo cual permite mayor competitividad empresarial.

REFERENCIAS

Alean Pico, A. D. (2017). ¿El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social? *Saber, Ciencia y Libertad, 12*(1). https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2017v12n1.1470

Al-Tarawneh, A., Haddad, E., Al-Dwairi, R. M., Al-Freijat, S. Y., Mansour, A., & Al-Obaidly, G. A. (2024). The impact of strategic and innovativeness entrepreneurship and social capital on business overall performance through building a sustainable supply chain management at Jordan Private Universities. *Uncertain Supply Chain Management, 12*(1), 65–76. https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.10.017

Avelar, S., Borges-Tiago, T., Almeida, A., & Tiago, F. (2024). Confluence of sustainable entrepreneurship, innovation, and digitalization in SMEs. *Journal of Business Research, 170*, 114346. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114346

Ávila, A. E. (2021). La evolución del concepto emprendimiento y su relación con la innovación y el conocimiento. *Investigación en Negocios, 14*(23). https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.126

Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista ESPACIOS, 41*(23), 1015.

Boutaky, G., Boutaky, S., Mialed, K., & Sahib-Eddine, A. (2023). The relationship between the development of entrepreneurial activities in the age of technology and the characters of digitally oriented generations Z & Y: What is the new challenge for business schools? *Journal of Higher Education Theory and Practice, 23*(15), 215–224. https://doi.org/10.33423/jhetp.v23i15.6436

Burguete, J. L., Hidalgo-Alcazár, C., & Lanero, A. (2020). Turismo sostenible y emprendimiento digital: Una aproximación a los nuevos perfiles de turistas. *Economía Industrial, 417*, 59-68. Enlace

Cabrera, B. A. L., Lombeyda, C. O. P., Rodríguez, J. A. O., & Gómez, N. M. L. (2020). Marketing digital, una herramienta para el emprendimiento de estudiantes universitarios. *Revista Eruditus, 1*(3), 21-32. https://doi.org/10.35290/re.v1n3.2020.364

Carranza, W. D., & Ávila, R. N. (2020). Las MyPEs y su adaptación al mundo digital: Un enfoque al emprendimiento en el 2021. *Journal of Alternative Perspectives in the Social Sciences, 10*(4).

Chakraborty, U., & Biswal, S. K. (2023). Impact of social media participation on female entrepreneurs towards their digital entrepreneurship intention and psychological empowerment. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, 25*(3), 374–392. https://doi.org/10.1108/jrme-03-2021-0028

Cornet, D., Bonnet, J., & Bourdin, S. (2022). Digital entrepreneurship indicator (DEI): An analysis of the case of the Greater Paris Metropolitan Area. *The Annals of Regional Science, 71*(3), 1–28. https://doi.org/10.1007/s00168-022-01175-1

Farag, E., & Nicholas, G. (2023). Digital entrepreneurship behaviour: How patterns shape co-creation. En *Digital Entrepreneurship and Co-Creating Value Through Digital Encounters* (pp. 1–23). IGI Global.

Foisal, T. M., Alam, A., & Abedin, T. (2023). Digital technologies in entrepreneurship and shifting of entrepreneurial trajectories. En *Entrepreneurial Processes in the Era of Digital Transformation* (pp. 45–66). De Gruyter.

(cc) BY-NC-ND

Gala, K., Schwab, A., & Mueller, B. A. (2024). Star entrepreneurs on digital platforms: Heavy-tailed performance distributions and their generative mechanisms. *Journal of Business Venturing, 39*(1), 106347. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2023.106347

Hernández, P. P. (2021). Hacia una taxonomía de la literatura del emprendimiento académico: Aportaciones para Latinoamérica. *Revista Universidad & Empresa, 23*, 8946. https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8946

Ilyas, M., Ud Din, A., Haleem, M., & Ahmad, I. (2023). Digital entrepreneurial acceptance: An examination of technology acceptance model and do-it-yourself behavior. *Journal of Innovation and Entrepreneurship, 12*(1). https://doi.org/10.1186/s13731-023-00268-1

Koller, M. R. T., López, M. M. M., & Villalobos, J. C. G. (2021). Emprendimiento digital femenino para el desarrollo social y económico: Características y barreras en España. *REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos, 138*, 111-124. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7894632

Kraus, S., Vonmetz, K., Bullini Orlandi, L., Zardini, A., & Rossignoli, C. (2023). Digital entrepreneurship: The role of entrepreneurial orientation and digitalization for disruptive innovation. *Technological Forecasting and Social Change, 193*, 122638. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122638

Lamine, W., Fayolle, A., Jack, S., & Audretsch, D. (2023). Impact of digital technologies on entrepreneurship: Taking stock and looking forward. *Technovation, 126*, 102823. https://doi.org/10.1016/j.technovation.2023.102823

López Lemus, J. A., De la Garza Carranza, M. T., Schmitt Revilla, M., & López-Lemus, J. G. (2023). The role of social media and innovation in Mexican industrial entrepreneurship. *Innovar, 34*(92). https://doi.org/10.15446/innovar.v34n92.98533

Mariano, A. G., Prats, G. M., & de Escobar Fernández, A. M. (2023). Tendencias de marketing digital para emprendedores sociales basados en plataformas digitales. *Etic@net: Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento, 23*(1). https://doi.org/10.30827/eticanet.v23i1.27709

Mera, C. L., Cedeño-Palacios, C. A., Mendoza-Fernández, V. M., & Moreira-Choez, J. S. (2022). El marketing digital y las redes sociales para el posicionamiento de las PYMES y el emprendimiento empresarial. *Revista Espacios, 43*(3), 27–34. http://saber.ucv.ve/ojs/index.php/rev_esp/article/view/23716

Montero, B. G., & Camacho, B. J. (2019). Caracterización del emprendimiento femenino en España: Una visión de conjunto. *Revista de Estudios Cooperativos, 129*, 39–65. http://dx.doi.org/10.5209/REVE.61936

Niu, B., Wang, L., Yu, X., & Feng, B. (2024). Data-driven analysis of digital entrepreneurship in medical supply resilience confronting the COVID-19 epidemic. *Information Processing & Management, 61*(1), 103502. https://doi.org/10.1016/j.ipm.2023.103502

Nolasco, M. A. V., Parra, C. O., Salinas, S. Z., Rodríguez, E. B., Meneses, M. C., & Amador, E. M. P. (2023). Las Nenis de Tizayuca: emprendimiento femenino digital. *Boletín Científico INVESTIGIUM de la Escuela Superior de Tizayuca, 8*(16), 28–32. https://doi.org/10.29057/est.v8i16.8799

Querejazu, V. C. (2020). Aproximación teórica a las causas del emprendimiento. *Emprendimiento y Tecnología PUAM, 52*(2). http://dx.doi.org/10.24275/etypuam/ne/522020/Querejazu

Rivera, K. C. (2011). ¿De qué hablamos cuando hablamos de *entrepreneurship*?

Román, G. M. D. M., & González Calatayud, V. (2022). La competencia de emprendimiento digital en función del género: El proyecto EmDigital.

Rothe, H., Lauer, K. B., Talbot-Cooper, C., & Sivizaca Conde, D. J. (2023). Digital entrepreneurship from cellular data: How omics afford the emergence of a new wave of digital ventures in health. *Electronic Markets, 33*(1), 48. https://doi.org/10.1007/s12525-023-00669-w

Salazar, T. M. P., Salguero-Barba, N. G., & García-Salguero, C. P. (2018). Marketing digital una nueva estrategia para los emprendedores. *Polo del Conocimiento, 3*(8), 524–530. https://www.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/652/802

(cc) BY-NC-ND

Salih, A. A., Alsalhi, L., & Abou-Moghli, A. (2024). Entrepreneurial orientation and digital transformation as drivers of high organizational performance: Evidence from Iraqi private banks. *Uncertain Supply Chain Management, 12*(1), 9–18. https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.10.022

Tabanlı, A. Y., Işın, A., & Akbaba, A. (2023). Digital entrepreneurship towards changing consumer preferences. En *The Importance of Entrepreneurship in Fostering Economic Progress* (pp. 1–12). IGI Global.

Terán, Y. E., & Guerrero, M. A. (2020). Teorías de emprendimiento: Revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios, 41*(7), 7–17. http://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html

Vásquez, C. A. A., Jaime, L. P. M., Chilán, J. H. M., Nieto, L. C. M., Cedeño, G. M. C., Loor, E. E. N., & Castro, R. M. R. (2019). Las ideas de negocios, el emprendimiento y el marketing digital. *3Ciencias, 54*.

Yadav, U. S., Tripathi, R., Tripathi, M. A., Ghosal, I., Kumar, A., Mandal, M., & Singh, A. (2023). Digital and innovative entrepreneurship in the Indian handicraft sector after the COVID-19 pandemic: Challenges and opportunities. *Journal of Innovation and Entrepreneurship, 12*(1). https://doi.org/10.1186/s13731-023-00337-5

Zambrano, V. S., & Vázquez, G. A. (2019). Algunas perspectivas teóricas para el estudio del emprendimiento y el género. *Saber, Ciencia y Libertad, 14*(1), 159–170. https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n1.5216

Zamora, B. C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: El caso de Ecuador. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/profile/ClarisaZamora/publication/326986184_La_importancia_del_emprendimiento_en_la_economia_el_caso_de_Ecuador/links/5b70b2a49285 1ca65056d6de/La-importancia-del-emprendimiento-en-la-economiael-caso-de-Ecuador.pdf

BY-NC-ND