

Implicancias del emprendimiento digital: una revisión sistemática

Implications of Digital Entrepreneurship: A Systematic Review

Marilia Ysabel Florez Cueva

<https://orcid.org/0000-0002-6082-0882>

mflorezcU12@ucvvirtual.edu.pe

Universidad César Vallejo

Lima - Perú.

Cecilia Raquel Carazas Durand

<https://orcid.org/0000-0001-6653-2454>

ccarazasdu20@ucvvirtual.edu.pe

Universidad César Vallejo

Lima - Perú.

Tania Mirtha García Soller

<https://orcid.org/0000-0002-6106-8936>

tgarciaso@ucvvirtual.edu.pe

Universidad César Vallejo

Lima - Perú.



Recibido: 06/02/2025 Aceptado: 01/05/2025

2026. V6. N1.

Resumen

El objetivo del presente estudio fue analizar las implicancias del emprendimiento digital. Para ello, se empleó una metodología basada en una revisión sistemática de la literatura, siguiendo los lineamientos del protocolo PRISMA. La búsqueda bibliográfica se realizó mediante el uso de palabras clave y el operador booleano: “digital entrepreneurship” AND “students”, estableciendo como criterios de inclusión los artículos publicados entre los años 2021 y 2025, en idioma inglés y español. Se identificaron 66 artículos en la base de datos Scopus, de los cuales se seleccionaron 21 artículos tras aplicar los criterios de exclusión, que consideraron eliminar artículos de acceso restringido, publicaciones de conferencias y tesis. Los resultados permitieron concluir que los factores que influyen en el emprendimiento digital comprenden la innovación y el desempeño en nuevos negocios, facilitando que emprendedores con recursos limitados superen barreras económicas y promuevan la producción cultural local. Desde el ámbito educativo, se identificó que tecnologías emergentes como la gamificación y el metaverso están transformando la formación de competencias clave para el emprendimiento digital. En cuanto a las estrategias formativas, se destaca la importancia de enfoques basados en el aprendizaje activo, como el aprendizaje basado en proyectos (ABP), que favorece el desarrollo de habilidades como el trabajo en equipo, el pensamiento crítico y la resolución de problemas, competencias esenciales para emprender en entornos

digitalizados. Asimismo, se evidenció que las narrativas concretas desempeñan un papel crucial en la comercialización de productos en el sector de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), mientras que los influencers en redes sociales emergen como actores clave del emprendimiento digital, gracias a su capacidad de generar vínculos emocionales y de confianza con sus audiencias, lo que fortalece las relaciones comerciales.

Palabras clave: emprendimiento digital, estrategias, digitalización.

Abstract

The objective of this study was to analyze the implications of digital entrepreneurship. To this end, a methodology based on a systematic review of the literature was used, following the guidelines of the PRISMA protocol. The bibliographic search was carried out using keywords and the Boolean operator: "digital entrepreneurship" AND "students", establishing as inclusion criteria the articles published between 2021 and 2025, in English and Spanish. A total of 66 articles were identified in the Scopus database, of which 21 articles were selected after applying the exclusion criteria, which considered eliminating restricted access articles, conference publications, and theses. The results allowed us to conclude that the factors that influence digital entrepreneurship include innovation and performance in new businesses, making it easier for entrepreneurs with limited resources to overcome economic barriers and promote local cultural production. From the educational field, it was identified that emerging technologies such as gamification and the metaverse are transforming the training of key competencies for digital entrepreneurship. In terms of training strategies, the importance of approaches based on active learning, such as project-based learning (PBL), which favours the development of skills such as teamwork, critical thinking and problem-solving, essential skills for entrepreneurship in digitalised environments, is highlighted. It was also evident that concrete narratives play a crucial role in the marketing of products in the information and communication technology (ICT) sector, while influencers on social networks emerge as key players in digital entrepreneurship, thanks to their ability to generate emotional and trusting bonds with their audiences, which strengthens trade relations.

Keywords: digital entrepreneurship, strategies, digitalization.

Introducción

Los continuos avances en la tecnología digital y la digitalización de los modelos de negocio han transformado de manera decisiva el panorama empresarial contemporáneo, redefiniendo los objetivos y exigencias de la educación empresarial para responder a la nueva realidad del emprendimiento digital. A medida que la investigación sobre emprendimiento digital crece de forma interdisciplinaria, se ha evidenciado que supera los marcos tradicionales de diseño instruccional en términos de conocimientos y habilidades requeridas. Por ello, resulta esencial documentar cómo la educación emprendedora responde a la integración progresiva de tecnologías digitales emergentes en el proceso empresarial. En esa línea, la introducción de un marco conceptual para la educación en emprendimiento digital facilitaría el debate sobre sus implicancias teóricas y prácticas, al tiempo que abriría nuevas posibilidades para la investigación, el rediseño curricular y la formulación de enfoques educativos innovadores (Sitaridis, 2023).

El emprendimiento digital, junto con las empresas que lo impulsan, representa un fenómeno de impacto global que promete transformar las dinámicas empresariales y modificar profundamente la manera en que nos comunicamos. Estas empresas utilizan la digitalización y la inteligencia artificial no solo para optimizar la toma de decisiones, sino también para mejorar sus operaciones comerciales y las relaciones con los clientes. Servicios como la computación en la nube, las plataformas digitales de comercialización y las criptomonedas en el sistema financiero están en constante evolución, generando nuevas oportunidades en una era completamente digitalizada. A su vez, el contexto empresarial actual está marcado por múltiples factores digitales disruptivos, entre ellos la inteligencia artificial, los chatbots, la búsqueda por voz, la realidad aumentada y virtual, así como las ciberamenazas y la gestión de la privacidad de datos (Soltanifar et al., 2021).

Si bien la digitalización afecta a todas las esferas de la vida social (Parviainen et al., 2017), es especialmente determinante en la transformación de los modelos empresariales en diversos sectores. Esta transformación responde principalmente a las necesidades cambiantes de la sociedad —ya sean demandas emergentes o impulsadas por la industria— como la mayor conectividad, la personalización de servicios y la adaptabilidad. Estas exigencias conducen a una reconfiguración en los procesos de creación de valor, así como

en los patrones de comunicación y cooperación, impulsando, a su vez, cambios innovadores en los modelos de negocio tradicionales (Yu et al., 2019).

El emprendimiento digital, en este contexto, se posiciona como un motor fundamental del sistema de innovación. Este transforma la estructura, los objetivos y los mecanismos de interconexión del sistema empresarial en su conjunto impactando distintas dimensiones del sistema de innovación. Las tecnologías digitales, al generar transformaciones inevitables, no solo ofrecen nuevas oportunidades, sino que también introducen riesgos y vulnerabilidades disruptivas. En este marco, se destacan tres dimensiones clave para entender el emprendimiento digital: el emprendedor (incluyendo patrones de comportamiento, mentalidad y competencias), el proceso emprendedor (que contempla la digitalización de procesos estratégicos, operativos y de gestión organizacional), y el ecosistema que lo rodea (incluyendo la infraestructura, las políticas institucionales y los actores externos que influyen en su desarrollo) (Sataalkina & Steiner, 2020).

El uso de herramientas digitales permite el desarrollo de habilidades y capacidades clave que potencian el rendimiento de diversos perfiles emprendedores. La literatura reciente sobre emprendimiento e innovación digital ha demostrado que la tecnología facilita la evolución de las empresas a lo largo de sus distintas etapas de crecimiento. En consecuencia, el emprendimiento digital se ha consolidado como un campo emergente de creciente interés académico, con amplias implicancias tanto prácticas como teóricas (Ghezzi & Cavallo, 2020).

En ese sentido, el objetivo del presente estudio fue analizar las implicancias del emprendimiento digital, reconociendo sus múltiples dimensiones y su potencial transformador en los entornos educativos, sociales y económicos contemporáneos.

Metodología

Para el presente estudio se empleó una metodología de revisión sistemática, centrada en la recopilación y análisis de resultados provenientes de investigaciones previas. Esta revisión se realizó siguiendo los lineamientos establecidos por los indicadores PRISMA, los cuales garantizan transparencia y rigor en los procesos de búsqueda, selección y análisis de la literatura científica.

La estrategia de búsqueda se llevó a cabo mediante el uso de palabras clave combinadas con operadores booleanos, específicamente: “digital entrepreneurship” AND “students”. Se establecieron criterios de inclusión que comprendieron: artículos publicados entre los años 2021 y 2025, escritos en inglés o español, y que estuvieran indexados en la base de datos Scopus. Como resultado, se identificaron inicialmente 66 artículos. Tras aplicar los filtros y criterios definidos, se seleccionaron 21 artículos pertinentes para el análisis.

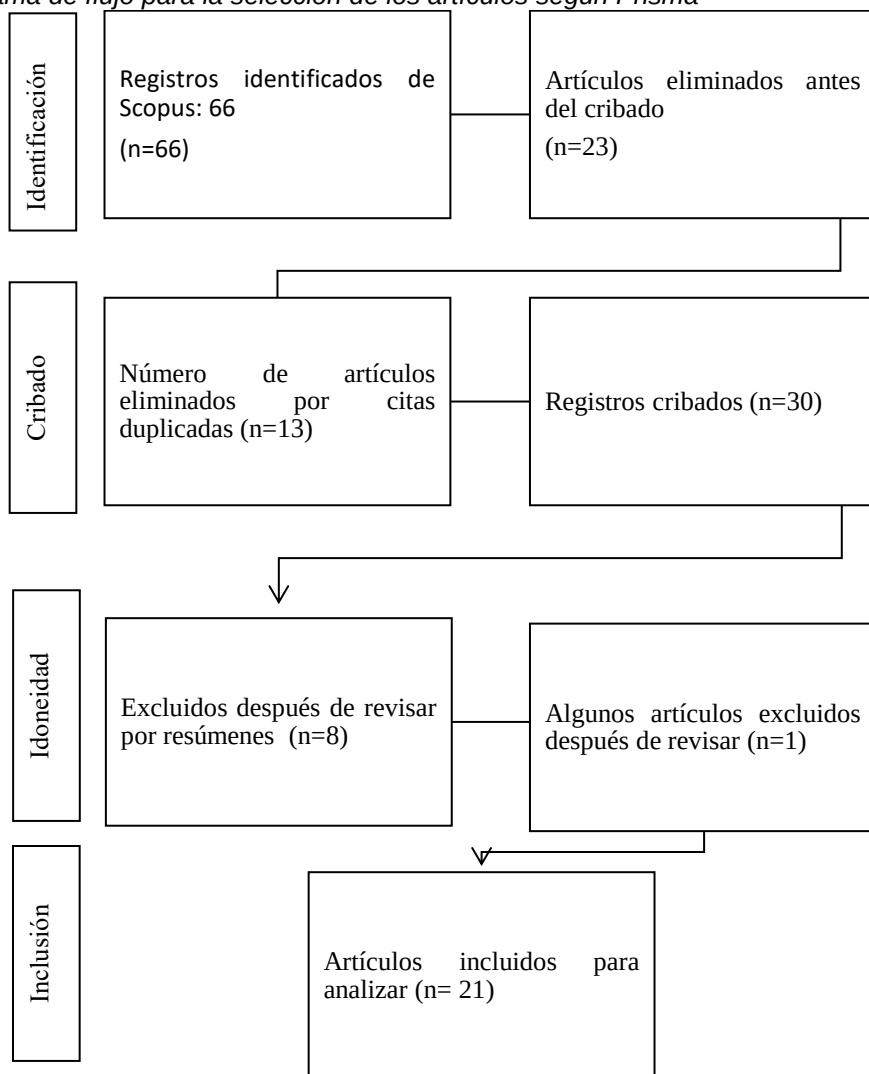
Respecto a los criterios de exclusión, se descartaron aquellos artículos que no contaban con acceso abierto, así como también las publicaciones derivadas de conferencias académicas y trabajos de tesis, con el fin de asegurar la calidad y la relevancia científica de las fuentes analizadas.

Tabla 1
Cadenas de búsqueda en artículos de bases de datos

Base de datos	Término de búsqueda	Resultados	Seleccionados
Scopus	“digital entrepreneurship” AND “students”	66	21
	Total	66	21

Figura 1

Diagrama de flujo para la selección de los artículos según Prisma



*Tabla trabajada sobre formato de PRISMA con datos propios

Resultados

Tabla 2

Implicancias del emprendimiento digital

N	Autor	Implicancias del emprendimiento digital
1	Hull et al. (2023)	El estudio analiza cómo el emprendimiento digital impulsa a mujeres innovadoras en economías emergentes. Basándose en la teoría de la elección estratégica, se concluye que la innovación específica mejora el desempeño de nuevos negocios, y que el emprendimiento digital potencia tanto la innovación como su impacto. Además, las mujeres emprendedoras se benefician más que los hombres de un alto nivel de digitalización. Estos resultados se comprobaron con datos de Ghana y Vietnam, respaldados por pruebas de robustez.
2	Berman et al. (2023)	Aunque el emprendimiento digital impulsa cada vez más el crecimiento económico, aún no hay consenso sobre los factores

Flores, M., Carazas, C. & García, T. (2026). Implicancias del emprendimiento digital: una revisión sistemática. *Revista InveCom*, 6 (1). 1-10. <https://zenodo.org/records/15362337>

		que lo favorecen. Un análisis sistemático de estudios empíricos identificó 45 impulsores clave, tanto generales como específicos del entorno digital, y propuso un marco conceptual multinivel para orientar su desarrollo.
3	Dinger (2024).	La inteligencia artificial facilita la creación de tiendas online, permitiendo que personas con poca experiencia lancen negocios digitales. A través de un enfoque práctico, se demuestra que la IA reduce las barreras de entrada en el comercio electrónico, aunque el factor humano sigue siendo esencial para el éxito
4	Wibowo et al. (2023)	El conocimiento y la educación en emprendimiento digital fortalecen la intención de emprender digitalmente entre estudiantes universitarios en Indonesia, destacando además el papel mediador de la alerta emprendedora digital en este proceso
5	Syed et al. (2024).	Educadores universitarios en Emiratos Árabes Unidos sobre la educación en emprendimiento digital, revelando una brecha entre la formación actual y las demandas de la industria, y proponiendo medidas para fortalecer las competencias digitales de los estudiantes y potenciar el ecosistema emprendedor regional.
6	Malik (2023).	Las narrativas concretas favorecen el éxito de las pymes tecnológicas en el proceso de comercialización en el sector de las TIC en China, destacando la importancia de alinear el negocio con el público objetivo y señalando que una alta competencia local puede limitar el desempeño
7	Khanal et al. (2021).	El artículo analiza cómo el emprendimiento digital, a través de enfoques de innovación frugal y effectuation, permite a los emprendedores en contextos de bajos recursos superar limitaciones y promover tanto beneficios económicos como el impulso de la producción cultural local, usando como ejemplo el caso de una película.
8	Guerrero et al. (2023).	La infraestructura de TIC de alta calidad y respuestas gubernamentales efectivas ante crisis son claves para impulsar las aspiraciones de crecimiento emprendedor durante grandes crisis. Además, mejorar las TIC fortalece ecosistemas emprendedores resilientes y reduce la dependencia de políticas de emergencia, como se evidencia en datos de Chile durante la pandemia.
9	Sutiadiningsih et al. (2025).	La competencia digital, la mentalidad emprendedora y la autoeficacia afectan las intenciones emprendedoras de los estudiantes de formación técnica. Los resultados indican que la competencia digital no influye directamente en estas intenciones, pero sí tiene un papel mediador a través de la mentalidad y la autoeficacia emprendedora, sugiriendo la importancia de integrar estos elementos en programas educativos para fortalecer las intenciones emprendedoras de los estudiantes
10	Aggarwal & Shah (2024)	Los influencers en redes sociales, como emprendedores digitales, crean relaciones emocionales y de confianza con sus seguidores, destacando la importancia de la autenticidad para fortalecer estos vínculos. Los resultados muestran que los influencers no autenticados logran generar mayor conexión a través de colaboraciones transparentes, y resalta el papel de las relaciones parasociales en este proceso.
11	Hasan et al. (2024).	El emprendimiento es crucial para mejorar el bienestar económico, pero en Indonesia, la contribución emprendedora es baja debido a la falta de educación efectiva en este campo. Este estudio examina cómo la educación emprendedora influye en la preparación de los estudiantes de la generación Z para ser emprendedores,

		destacando el papel de la alfabetización digital y financiera. Los resultados indican que la educación emprendedora, junto con estas literacidades, fortalece la disposición de los estudiantes para emprender.
12	Doğantan (2025).	El aprendizaje basado en proyectos (ABP) es un enfoque centrado en el estudiante que fomenta el aprendizaje activo al involucrar a los estudiantes en la resolución de problemas reales en un entorno colaborativo. Este estudio examina cómo el uso de tecnologías digitales en el ABP mejora la experiencia de aprendizaje de los estudiantes, incrementando su satisfacción, motivación y participación, mientras desarrolla habilidades superiores como el trabajo en equipo, el pensamiento crítico y la resolución de problemas
13	Darmanto et al. (2023).	El papel mediador de la autoconfianza en la relación entre la propensión al riesgo, el conocimiento digital y la competencia digital en emprendedores digitales novatos. Los resultados muestran que los cursos de emprendimiento digital mejoran las habilidades de los participantes, fomentando la autoconfianza para emprender en el ámbito digital. A pesar de la influencia positiva de la competencia digital, la propensión al riesgo no tuvo un efecto significativo en el comportamiento emprendedor.
14	Das et al. (2024)	las innovaciones tecnológicas como la gamificación y el metaverso pueden transformar el sector educativo y, por ende, fomentar habilidades clave para el emprendimiento digital. Al integrar estas herramientas en la formación de estudiantes, se está preparando a las futuras generaciones para afrontar los retos del emprendimiento en un mundo cada vez más digitalizado. Esto resalta la relevancia de adaptarse a las tendencias tecnológicas para fortalecer las competencias necesarias para el emprendimiento digital.
15	Ghatak et al. (2020).	Esta investigación resalta la importancia del emprendimiento digital como una vía para combinar innovación tecnológica y transformación social. Fomentar experiencias tempranas en entornos sociales y digitales fortalece competencias clave para crear proyectos de impacto en la era digital, subrayando cómo el emprendimiento digital no solo impulsa la economía, sino también la resolución de problemas sociales. Esto refuerza su rol esencial en la evolución de las sociedades contemporáneas.
16	Liu (2023).	Este caso evidencia cómo el emprendimiento digital permite a comunidades marginadas redefinir su imagen pública, crear redes de apoyo y generar ingresos. Resalta la importancia del emprendimiento digital como una herramienta de empoderamiento, inclusión y transformación social, especialmente en contextos donde las vías tradicionales de acción colectiva son limitadas.
17	Orrensalo et al. (2022)	El emprendimiento digital es clave para el éxito empresarial moderno, ya que mejora la capacidad de los emprendedores para adaptarse, gestionar recursos estratégicamente y prosperar en un entorno de negocios rápido y globalizado.
18	Liguori et al. (2024).	La expansión del emprendimiento hacia la digitalización demuestra su relevancia actual, ya que impulsa la innovación, promueve soluciones a problemas sociales complejos y exige enfoques interdisciplinarios para fortalecer su impacto en la sociedad y en el desarrollo económico
19	Zani (2025).	La digitalización facilita nuevas formas de interacción social y movilidad global, mostrando cómo las tecnologías digitales no solo redefinen identidades y pertenencias, sino también amplían las

20	Wolski et al. (2020)	oportunidades para el emprendimiento digital en contextos transnacionales y dinámicos. La adaptación digital en equipos de investigación resalta la necesidad de fortalecer competencias digitales colectivas, fundamentales también para el emprendimiento digital, donde la capacidad de adaptarse rápidamente a entornos tecnológicos cambiantes es clave para innovar, colaborar y crecer sosteniblemente.
21	Li (2025).	El impulso interdisciplinario en los estudios móviles refleja cómo el emprendimiento digital depende de la innovación colaborativa, aprovechando tecnologías móviles y redes creativas para transformar sectores como la educación, la salud y los negocios en un entorno global cada vez más digitalizado.

Factores que influyen en el emprendimiento digital

La digitalización actúa como un catalizador directo de la innovación y el rendimiento de los nuevos negocios, especialmente en el caso de mujeres emprendedoras en economías emergentes. Estudios recientes han demostrado que un alto nivel de digitalización fortalece la innovación y beneficia particularmente a las mujeres, ampliando las oportunidades de inclusión y equidad en el ecosistema emprendedor (Hull et al., 2023). Asimismo, el emprendimiento digital apoyado en enfoques de innovación frugal y effectuation permite a emprendedores con recursos limitados superar barreras económicas y fomentar la producción cultural local, como se evidencia en el caso de una película independiente (Khanal et al., 2021).

En el ámbito educativo, herramientas tecnológicas emergentes como la gamificación y el metaverso están revolucionando la formación de habilidades clave para el emprendimiento digital. La integración de estas tecnologías en procesos de enseñanza-aprendizaje fortalece la preparación de las nuevas generaciones para enfrentar los desafíos de un entorno empresarial cada vez más digitalizado (Das et al., 2024). Asimismo, las experiencias tempranas en entornos digitales y sociales contribuyen al desarrollo de competencias fundamentales para la creación de proyectos de impacto, subrayando el papel del emprendimiento digital en la transformación social (Ghatak et al., 2020).

El emprendimiento digital también ha emergido como una herramienta poderosa para el empoderamiento y la inclusión social, particularmente en comunidades marginadas, al facilitar la construcción de nuevas identidades públicas, redes de apoyo y fuentes de ingreso en contextos donde las vías tradicionales de acción colectiva resultan limitadas (Liu, 2023). Además, la digitalización fortalece las capacidades de adaptación, crecimiento y competitividad de los emprendedores, lo cual es esencial para desenvolverse en entornos económicos dinámicos (Orrensalo et al., 2022).

La expansión del emprendimiento hacia la digitalización demuestra su relevancia actual, al promover soluciones innovadoras a problemáticas sociales complejas y requerir enfoques interdisciplinarios para maximizar su impacto económico y social (Liguori et al., 2024). En este sentido, las tecnologías digitales también están transformando los modos de interacción y movilidad global, permitiendo ampliar las oportunidades del emprendimiento digital en contextos dinámicos y transnacionales (Zani, 2025).

A nivel organizacional, la capacidad de los equipos emprendedores para adaptarse colectivamente a los cambios tecnológicos es crucial. El fortalecimiento de competencias digitales compartidas dentro de los equipos permite innovar, colaborar y crecer de forma sostenible (Wolski et al., 2020). Finalmente, el impulso interdisciplinario de los estudios móviles refleja cómo el emprendimiento digital depende de la innovación colaborativa, aprovechando tecnologías móviles y redes creativas para transformar sectores como la educación, la salud y los negocios en un entorno global cada vez más interconectado (Li, 2025).

Estrategias para desarrollar el emprendimiento digital

El emprendimiento digital ha sido reconocido como un motor esencial para el crecimiento económico. No obstante, aún existe falta de consenso respecto a los factores que más lo favorecen. Un análisis sistemático de estudios empíricos ha permitido identificar impulsores clave, tanto generales como específicos del entorno digital, y ha propuesto un marco conceptual multinivel que puede servir como guía para el diseño de estrategias que potencien el emprendimiento digital (Berman et al., 2023).

Entre estas estrategias, la inteligencia artificial (IA) destaca por su capacidad de facilitar la creación de tiendas en línea, permitiendo que personas sin experiencia previa en comercio electrónico puedan lanzar sus propios negocios digitales. Sin embargo, aunque la IA reduce barreras de entrada, el factor humano el factor humano continúa siendo esencial para el éxito sostenido de estas iniciativas (Dinger et al., 2024). A su vez, variables como la competencia digital, la mentalidad emprendedora y la autoeficacia juegan roles fundamentales en las intenciones emprendedoras, sugiriendo que las competencias digitales deben integrarse de manera efectiva en los programas educativos para fortalecer las intenciones de los estudiantes en el ámbito digital (Sutiadiningsih et al., 2025).

La formación académica en emprendimiento digital ha mostrado un impacto directo en la intención de emprender, especialmente entre estudiantes universitarios. El conocimiento en este campo, sumado a la alerta emprendedora digital, potencia el deseo de emprender, destacando la relevancia de programas educativos que promuevan tanto la alfabetización digital como la financiera (Hasan et al., 2024). Además, un enfoque en el aprendizaje activo, como el aprendizaje basado en proyectos (ABP), fomenta el desarrollo de habilidades como el trabajo en equipo, el pensamiento crítico y la resolución de problemas, aspectos claves para preparar a los estudiantes para emprender en un entorno digitalizado (Doğantan, 2025).

Los emprendedores digitales novatos también se benefician del fortalecimiento de su autoconfianza a través de cursos de emprendimiento digital, lo cual les permite tomar decisiones más informadas en el ámbito digital. En este sentido, aunque la propensión al riesgo no mostró un efecto significativo, la autoconfianza mediaba la relación entre el conocimiento digital y la competencia digital, lo que resalta la importancia de una formación integral para fortalecer la preparación de los emprendedores (Darmanto et al., 2023).

En el sector de las pequeñas y medianas empresas tecnológicas en China, las narrativas concretas han sido clave para el proceso de comercialización de productos en el sector TIC. La alineación de estas narrativas con las expectativas del público objetivo y la alta competencia local son factores determinantes para el desempeño de estos negocios (Malik, 2023). Además, la infraestructura de TIC de alta calidad y las respuestas gubernamentales efectivas durante crisis, como se observó en Chile durante la pandemia, son esenciales para mantener y fortalecer el ecosistema emprendedor, ayudando a las empresas a resistir y prosperar incluso en tiempos difíciles (Guerrero et al., 2023).

Finalmente, los influencers en redes sociales han emergido como una nueva clase de emprendedores digitales. Su capacidad para generar vínculos emocionales y de confianza con sus seguidores potencia relaciones comerciales sólidas. En este contexto, la autenticidad se posiciona como un valor clave, ya que las audiencias responden favorablemente a colaboraciones genuinas y transparentes (Aggarwal et al., 2024).

Conclusiones

Los hallazgos evidencian que el emprendimiento digital se ve influido por múltiples factores, entre los que destacan la innovación y el desempeño de nuevos negocios, especialmente entre mujeres emprendedoras en economías emergentes. Este tipo de emprendimiento permite a personas con recursos limitados superar barreras económicas y fomentar la producción cultural local, lo que refuerza su potencial como herramienta de inclusión y transformación social.

Desde el ámbito educativo, la incorporación de innovaciones tecnológicas como la gamificación y el metaverso está transformando la manera en que se desarrollan las competencias necesarias para emprender en entornos digitales. Estas herramientas no solo fortalecen las capacidades individuales, sino que también promueven el cambio social, al preparar a futuras generaciones para enfrentar los retos de un ecosistema empresarial cada vez más digitalizado. Asimismo, la capacidad colectiva de adaptación a los cambios tecnológicos resalta la importancia de fortalecer las competencias digitales dentro de los equipos emprendedores, lo cual resulta clave para innovar, colaborar y crecer de forma sostenible.

En cuanto a las estrategias para el desarrollo del emprendimiento digital, se destaca la relevancia de enfoques pedagógicos activos, como el Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP), que favorecen habilidades esenciales como el pensamiento crítico, la resolución de problemas y el trabajo colaborativo. Estas competencias son fundamentales para enfrentar los desafíos del emprendimiento en la era digital. Además, las narrativas concretas han demostrado ser herramientas eficaces para la comercialización de productos en el sector de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), al tiempo que el papel de los influencers en redes sociales se consolida como una estrategia relevante. Su capacidad para generar vínculos emocionales y de confianza con sus audiencias contribuye al fortalecimiento de relaciones comerciales sostenibles y auténticas.

Referencias

- Aggarwal, A., & Shah, T. R. (2024). Unveiling the Impact of Social Media Influencers on Follower's Attachment. *Journal of Relationship Marketing*, 1–28. <https://doi.org/10.1080/15332667.2024.2418159>
- Berman, T., Stuckler, D., Schallmo, D., & Kraus, S. (2023). Drivers and success factors of digital entrepreneurship: A systematic literature review and future research agenda. *Journal of Small Business Management*, 62(5), 2453–2481. <https://doi.org/10.1080/00472778.2023.2238791>
- Das, T., Ganesh Kondamudi, S., Dawood Babakerkhell, M., Pal, D., Roy, R., & Funilkul, S. (2024). Intention for enhancing metaverse-based learning using gamification among university students: a study using Delphi and structural equation modelling approaches. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2380016>
- Dinger, B., Byun, S. E., & Park, J. (2024). Integrating AI into curricula: project-based learning in digital entrepreneurship. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 1–10. <https://doi.org/10.1080/17543266.2024.2438170>
- Doğantan, E. (2025). Project Based Learning and Technology Integration on Vocational Students' Learning Experience. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 1–10. <https://doi.org/10.1080/10963758.2025.2491136>
- Ghatak, A., Chatterjee, S., & Bhowmick, B. (2020). Intention Towards Digital Social Entrepreneurship: An Integrated Model. *Journal of Social Entrepreneurship*, 14(2), 131–151. <https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1826563>
- Ghezzi, A. & Cavallo, A. (2020). Agile business model innovation in digital entrepreneurship: Lean startup approaches. *Journal of Business Research*, 110, 519–537. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.06.013>
- Guerrero, M., Mickiewicz, T., & Qin, F. (2023). Entrepreneurial growth aspirations during the COVID-19 pandemic: the role of ICT infrastructure quality versus policy response. *Entrepreneurship & Regional Development*, 36(1–2), 55–75. <https://doi.org/10.1080/08985626.2023.2233473>
- Hasan, M., Tiara Hutamy, E., Supatminingsih, T., Ahmad, M. I. S., Aeni, N., & Dzhelilov, A. A. (2024). The role of entrepreneurship education in the entrepreneurial readiness of generation Z students: why do digital business literacy and financial literacy matter? *Cogent Education*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2024.2371178>
- Hull, C., Tang, J., Donbesuur, F. & Adomako, S. (2023). Specific innovativeness, digital entrepreneurship, and female entrepreneurs. *Journal of the International Council for Small Business*, 4(4), 387–412. <https://doi.org/10.1080/26437015.2023.2199165>
- Khanal, P., Aubert, B., Bernard, J., Narasimhamurthy, R. & Dé, R. (2021). Frugal innovation and digital effectuation for development: the case of Lucia. *Information Technology for Development*, 28(1), 81–110. <https://doi.org/10.1080/02681102.2021.1920874>
- Li, S. (2025). Mobile Studies Congress 2022 & 2023 and Mobile Innovation Network and Association review. *Media Practice and Education*, 1–6. <https://doi.org/10.1080/25741136.2025.2479327>
- Liguori, E. W., Muldoon, J., Ogundana, O. M., Lee, Y., & Wilson, G. A. (2024). Charting the future of entrepreneurship: a roadmap for interdisciplinary research and societal impact. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2314218>
- Liu, Y. (2023). Neoliberal feminism with Chinese characteristics: alternative self-representations of female PhDs on RED. *Continuum*, 37(6), 728–740. <https://doi.org/10.1080/10304312.2024.2316734>
- Malik, T. H. (2023). Digital Entrepreneurship and growth-oriented performance: commercialisation narrative of SMEs in the ICT sector in China. *Journal of Chinese Economic and Business Studies*, 22(3), 275–302. <https://doi.org/10.1080/14765284.2023.2278011>
- Orrensalo, T., Brush, C., & Nikou, S. (2022). Entrepreneurs' Information-Seeking Behaviors in the Digital Age—A Systematic Literature Review. *Journal of Small Business Management*, 62(2), 892–937. <https://doi.org/10.1080/00472778.2022.2100896>
- Parviainen, P., Kääriäinen, J., Tihinen, M. & Teppola, S. (2017). Tackling the digitalization challenge: How to benefit from digitalization in practice. *Int. J. Inf. Syst. Proj. Manag.* 5, 63–77. <http://doi.org/10.12821/ijispm050104>
- Satalkina, L. & 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), 2764. <https://doi.org/10.3390/su12072764>
- Sitaridis, I. (2023). Digital entrepreneurship and entrepreneurship education: a review of the literature. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 13. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ijeb-01-2023-0053/full/html>

- Soltanifar, M., Hughes, M. & Gocke, L. (2021). *Digital Entrepreneurship*. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-53914-6>
- Syed, R. T., Alzahmi, R. A., & Tariq, U. (2024). Digital entrepreneurship education in universities through the lens of educators: evidence from the United Arab Emirates. *Cogent Education*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2024.2409472>
- Sutiadiningsih, A., Dewi, I. H. P., Ratnasari, W., Taufiq, A., & Miranti, M. G. (2025). How do digital competencies promote entrepreneurial intention among vocational students? A mediation analysis of entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial mindset. *Cogent Education*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2025.2482486>
- Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Saptono, A., Effendi, M. S., Mukhtar, S., & Mohd Shafiai, M. H. (2023). Does Digital Entrepreneurship Education Matter for Students' Digital Entrepreneurial Intentions? The Mediating Role of Entrepreneurial Alertness. *Cogent Education*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2023.2221164>
- Wolski, M., Krahe, M., & Richardson, J. (2020). A Model for Librarians to Assess the Digital Capability of Research Teams. *Journal of the Australian Library and Information Association*, 69(1), 47–69. <https://doi.org/10.1080/24750158.2020.1712882>
- Yu, C.; Zhang, Z.; Liu, Y. (2019). Understanding new ventures' business model design in the digital era: An empirical study in China. *Comput. Hum. Behav.* 95, 238 <http://doi.org/10.1016/j.chb.2018.01.027>
- Zani, B. (2025). Bumps, hits and hurdles: multidirectional citizenship pathways across the Taiwan Strait. *Ethnic and Racial Studies*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/01419870.2024.2441911>