



**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

**EMPRENDIMIENTO DIGITAL: UNA REVISIÓN DE LA
LITERATURA EN ÉPOCA DE PANDEMIA Y
POSTPANDEMIA**

Trabajo de investigación para obtener el grado académico de
Bachiller en Administración de empresas

Autores

ACERO ARTEAGA, Emerson Francisco (ORCID: 0000-0002-7998-8677)

ALE QUISPE, Kiara Nicolle (ORCID: 0000-0002-8749-0991)

Asesor

MARCELO QUISPE, Luis Alberto (ORCID: 0000-0003-0128-0123)

Línea de investigación de programa

Administración comercial

Línea de acción RSU

Desarrollo e innovación social

LIMA, PERÚ, SETIEMBRE DE 2024



CC BY-ND

<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

Referencia bibliográfica

Acero Arteaga, E. F., & Ale Quispe, K. N. (2024) *Emprendimiento digital: Una revisión de la literatura en época de pandemia y postpandemia* [Trabajo de investigación, Universidad Autónoma del Perú]. Repositorio de la Universidad Autónoma del Perú.

HOJA DE METADATOS

| Datos del autor | |
|----------------------------------|---|
| Nombres y apellidos | Emerson Francisco Acero Arteaga |
| Tipo de documento de identidad | DNI |
| Número de documento de identidad | 71433899 |
| URL de ORCID | https://orcid.org/0000-0002-7998-8677 |
| Datos del autor | |
| Nombres y apellidos | Kiara Nicolle Ale Quispe |
| Tipo de documento de identidad | DNI |
| Número de documento de identidad | 71799702 |
| URL de ORCID | https://orcid.org/0000-0002-8749-0991 |
| Datos del asesor | |
| Nombres y apellidos | Luis Alberto Marcelo Quispe |
| Tipo de documento de identidad | DNI |
| Número de documento de identidad | 40612463 |
| URL de ORCID | https://orcid.org/0000-0003-0128-0123 |
| Datos del jurado | |
| Presidente del jurado | |
| Nombres y apellidos | Graciela Margot Vejarano García |
| Tipo de documento | DNI |
| Número de documento de identidad | 17936741 |
| Secretario del jurado | |
| Nombres y apellidos | Pablo Enrique Cabral Byrne |
| Tipo de documento | DNI |
| Número de documento de identidad | 10280491 |
| Vocal del jurado | |
| Nombres y apellidos | Diego Antonio Espino Vejarano |
| Tipo de documento | DNI |
| Número de documento de identidad | 70174983 |
| Datos de la investigación | |
| Título de la investigación | Emprendimiento digital: Una revisión de la literatura en época de pandemia y postpandemia |

| | |
|---|---|
| Línea de investigación Institucional | Ciencia, Tecnología e Innovación |
| Línea de investigación del Programa | Administración comercial |
| Línea de acción RSU | Desarrollo e Innovación Social |
| URL de disciplinas OCDE | https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04 |

FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación de trabajo de investigación conformado por: la MAG. GRACIELA MARGOT VEJARANO GARCIA como presidenta, el MAG. PABLO ENRIQUE CABRAL BYRNE como secretario y el MAG. DIEGO ANTONIO ESPINO VEJARANO como vocal, reunidos en acto público para dictaminar el trabajo de investigación titulado:

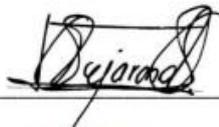
**EMPRENDIMIENTO DIGITAL: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA EN ÉPOCA
DE PANDEMIA Y POSTPANDEMIA**

Presentado por el egresado:

EMERSON FRANCISCO ACERO ARTEAGA

Para obtener el **Grado académico de bachiller en Administración de Empresas**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado-Bueno** con una calificación de **DIECISEIS (16)**.

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 23 de setiembre del 2024.



PRESIDENTE
MAG. GRACIELA MARGOT
VEJARANO GARCIA



SECRETARIO
MAG. PABLO ENRIQUE
CABRAL BYRNE



VOCAL
MAG. DIEGO ANTONIO
ESPINO VEJARANO

FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN Y COMUNICACIONES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ACTA DE SUSTENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

En la ciudad de Lima, el jurado de sustentación de trabajo de investigación conformado por: la MAG. GRACIELA MARGOT VEJARANO GARCIA como presidenta, el MAG. PABLO ENRIQUE CABRAL BYRNE como secretario y el MAG. DIEGO ANTONIO ESPINO VEJARANO como vocal, reunidos en acto público para dictaminar el trabajo de investigación titulado:

**EMPREDIMIENTO DIGITAL: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA EN ÉPOCA
DE PANDEMIA Y POSTPANDEMIA**

Presentado por la egresada:
KIARA NICOLLE ALE QUISPE

Para obtener el **Grado académico de bachiller en Administración de Empresas**; luego de escuchar la sustentación de la misma y resueltas las preguntas del jurado se procedió a la calificación individual, obteniendo el dictamen de **Aprobado-Bueno** con una calificación de **DIECISEIS (16)**.

En fe de lo cual firman los miembros del jurado, el 23 de setiembre del 2024.



PRESIDENTE
MAG. GRACIELA MARGOT
VEJARANO GARCIA



SECRETARIO
MAG. PABLO ENRIQUE
CABRAL BYRNE



VOCAL
MAG. DIEGO ANTONIO
ESPINO VEJARANO

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

Yo LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE docente de la Facultad de Ciencias de Gestión y Comunicaciones de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma del Perú, en mi condición de asesor del trabajo de investigación titulado:

EMPRENDIMIENTO DIGITAL: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA EN ÉPOCA DE PANDEMIA Y POSTPANDEMIA

De los egresados Emerson Francisco Acero Arteaga y Kiara Nicolle Ale Quispe, certifico que el trabajo de investigación tiene un índice de similitud de 9% verificable en el reporte de similitud del software Turnitin que se adjunta.

El suscrito revisó y analizó dicho reporte a lo que concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el trabajo de investigación cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Autónoma del Perú.

Lima, 5 de octubre de 2024



LUIS ALBERTO MARCELO QUISPE

DNI: 40612463

Emprendimiento digital: Una revisión de la literatura en época de pandemia y postpandemia

Digital entrepreneurship: A Literature review in the pandemic and post pandemic era

Acero Arteaga, Emerson Francisco¹, Ale Quispe, Kiara Nicolle²

RESUMEN

Durante los últimos años, la pandemia de COVID-19 desató una crisis global, afectando profundamente a diversos sectores sociales y empresariales, sobre todo a los emprendimientos que en su mayoría tuvieron que cerrar temporalmente por el confinamiento. Este cierre forzado no solo impactó la operatividad y sostenibilidad de los negocios, sino que también dejó secuelas en la era pospandémica. En vista de ello, este artículo de revisión se enfoca en identificar y analizar los desafíos y oportunidades más relevantes que han surgido en el emprendimiento digital desde el inicio de la pandemia hasta la postpandemia. Asimismo, se busca responder la siguiente cuestión: ¿Cuáles han sido los principales desafíos y oportunidades teóricas que han influido en el emprendimiento digital durante la pandemia de COVID-19 y de qué manera se reflejan actualmente en el contexto de la postpandemia? Este artículo es de carácter descriptivo y de revisión documental, ya que implica la investigación, selección y análisis de una serie de estudios científicos. Durante la búsqueda de información, se seleccionaron artículos científicos provenientes de bases de datos confiables como Scopus, Scielo, La Referencia, Alicia Concytec, ProQuest, Dialnet, Redalyc y Google Académico. Se seleccionó 23 estudios clave que destacan áreas de debate como la desigualdad en el acceso a recursos digitales y la importancia de

¹ Universidad Autónoma del Perú. Orcid 0000-0002-7998-8677. eacero@autonoma.edu.pe

² Universidad Autónoma del Perú. Orcid 0000-0002-8749-0991. kale@autonoma.edu.pe

la capacitación en habilidades digitales. Los hallazgos indicaron que, aunque la pandemia presentó desafíos para emprender digitalmente en una crisis.

Palabras clave: emprendimiento digital, pandemia, postpandemia, innovación

ABSTRACT

In recent years, the COVID-19 pandemic unleashed a global crisis, profoundly affecting various social and business sectors, particularly startups that mostly had to close temporarily due to lockdowns. This forced closure not only impacted the operationality and sustainability of businesses but also left lasting effects in the post-pandemic era. In light of this, this review article focuses on identifying and analyzing the most relevant challenges and opportunities that have emerged in digital entrepreneurship from the onset of the pandemic to the post-pandemic period. Additionally, it seeks to address the following question: What have been the main theoretical challenges and opportunities influencing digital entrepreneurship during the COVID-19 pandemic, and how are they currently reflected in the post-pandemic context? This article is descriptive and documentary in nature, involving the research, selection, and analysis of a series of scientific studies. During the information search, scientific articles from reliable databases such as Scopus, Scielo, La Referencia, Alicia Concytec, ProQuest, Dialnet, Redalyc, and Google Scholar were selected. Twenty-three key studies were chosen, highlighting areas of debate such as the inequality in access to digital resources and the importance of training in digital skills. The findings indicated that, although the pandemic posed challenges for digital entrepreneurship during a crisis.

Keywords: digital entrepreneurship, pandemic, post pandemic, innovation

I. Introducción

A nivel mundial, el emprendimiento se define como el proceso de creación de algo nuevo que no existía previamente (Mele, 2021). Este fenómeno está estrechamente relacionado con la capacidad de los emprendedores para asumir riesgos y generar ideas innovadoras, habilidades que les permiten adaptarse de manera ágil a los retos del entorno empresarial (Calanchez et al., 2022). Los procesos creativos, impulsados por estos emprendedores pueden desencadenar innovaciones significativas que transforman el panorama empresarial (Montiel et al., 2021). Además, la influencia de los emprendedores se extiende más allá de los éxitos a corto plazo, abarcando la evolución de modelos de negocio y la transformación económica (Uribe et al., 2023).

Por otro lado, con la llegada de la pandemia de COVID-19, el emprendimiento digital emergió como una respuesta crucial a los desafíos planteados por la crisis sanitaria global (Jiménez et al., 2022). Este tipo de emprendimiento se ha caracterizado por su capacidad para adaptarse de manera innovadora a un contexto sin precedentes (Román & González, 2022), utilizando las tecnologías digitales como herramientas esenciales para la continuidad, adaptabilidad y crecimiento de las empresas (Espinoza et al., 2021). La crisis sanitaria obligó a las organizaciones a revisar y ajustar sus estrategias operativas, implementando soluciones digitales para mantenerse competitivas y poder sobrevivir al mercado (Saavedra et al., 2022).

La necesidad que las personas permanecieran en sus hogares durante la pandemia condujo a una explosión de creatividad e ingenio (Bayona, 2022), lo que a su vez desencadenó el crecimiento de nuevos negocios y modelos operativos digitales (Araya, 2021). Las plataformas en línea, que antes se consideraban herramientas complementarias, se convirtieron en pilares fundamentales para el funcionamiento empresarial, facilitando no solo la supervivencia sino también la

expansión y diversificación de las oportunidades de mercado (Quintero & Cano, 2022). Este cambio permitió a las empresas reducir costos operativos y adaptarse a un entorno cada vez más digitalizado, contribuyendo a su expansión y diversificación de oportunidades de mercado (Castilla et al., 2023).

Asimismo, la expansión del comercio electrónico, el crecimiento de las plataformas de videoconferencia y la propagación de herramientas para trabajar en línea redefinieron la interacción empresarial y la gestión operativa (Blandón et al., 2022). Además, las tecnologías digitales se consolidaron como estrategias clave para mantener la actividad económica durante la pandemia (Fernandes et al., 2023). Este contexto reveló la capacidad de las empresas para innovar y adaptarse rápidamente (Useche et al., 2021), lo que demuestra que, a pesar de los desafíos, la creatividad y la capacidad de adaptación fueron cruciales para la supervivencia (Solís et al., 2021).

La pandemia aceleró el desarrollo de soluciones innovadoras en diversas áreas, incluyendo la educación en línea, la salud digital, el comercio electrónico y el trabajo remoto (Tejeiro et al., 2021). La demanda exponencial de cursos y programas educativos digitales impulsó la creación de nuevas plataformas de aprendizaje virtual (González et al., 2022). A nivel global, en 2020 se observó un aumento del 40% en la creación de tiendas de comercio electrónico (Orús, 2024), reflejado también en el surgimiento de más de 450 millones de nuevas empresas digitales con un enfoque en comercio electrónico y servicios digitales (Kinsta, 2022).

En cuanto a países específicos, en Estados Unidos, las ventas de comercio electrónico crecieron un 32.4% en comparación con 2019 (Orús, 2024), mientras que en Perú se reportaron más de 235 mil nuevos emprendimientos durante 2020 (Suárez, 2023), evidenciando un cambio radical en la forma en que los negocios abordaron el mercado durante la crisis sanitaria (Aguilar et al., 2023). Cabe agregar que, no todas las nuevas empresas digitales sobrevivieron, McKinsey & Company

reporta que el 25-30% cerró después de 18 meses. Sin embargo, las que se adaptaron experimentaron un notable crecimiento (Beard et al., 2021), destacando la importancia de la digitalización para enfrentar las demandas del mercado moderno (Rasheed et al., 2024).

Este período de transformación ha demostrado que, a pesar de los desafíos impuestos por la pandemia, la capacidad de innovar ha sido fundamental para la supervivencia de muchos negocios (Alguacil & Roman, 2020). La relación entre las personas y las empresas, mediada por las tecnologías digitales, ha evolucionado rápidamente, ofreciendo nuevas oportunidades de interacción y desarrollo (Escobar & Bahamonde, 2020). Las empresas digitales, han mostrado una capacidad única para adaptarse y prosperar en medio de restricciones físicas, contribuyendo significativamente al avance del emprendimiento digital (Bastidas et al., 2022).

A pesar de su importancia, el emprendimiento digital también puso de relieve profundas desigualdades (Álvarez & Biurrun, 2022). No todas las personas y organizaciones tuvieron igual acceso a las tecnologías digitales o la capacidad para adaptarse a ellas con la misma rapidez (Acuña, 2021). Mientras algunos sectores y empresas aprovecharon las oportunidades del entorno digital, otros enfrentaron barreras significativas que limitaron su capacidad para prosperar en un mercado en rápida evolución (Nicolas & Rubio, 2020). El confinamiento global llevó al cierre temporal de numerosos negocios no esenciales (Carvajal et al., 2021), lo que incrementó el desempleo y obligó a las empresas a buscar soluciones digitales para mantener sus operaciones (Mele, 2021).

Este período de cambio también destacó diversas áreas de debate. Aunque el emprendimiento digital ha creado nuevas oportunidades, la rápida digitalización también ha agravado las desigualdades existentes (Marín & Portillo, 2021). Algunos sectores han tenido una ventaja considerable, mientras que otros, han enfrentado

barreras significativas para su integración en el mercado (Chiatchoua & Ávila, 2023). Esto plantea un debate sobre la equidad en el acceso a recursos digitales y el impacto de la digitalización en la competitividad de los negocios más pequeños o menos tecnológicamente avanzados (Montiel et al., 2021).

Después de la pandemia, el emprendimiento digital ha permitido a los emprendedores adaptarse rápidamente a las nuevas demandas del mercado, fomentando la innovación y competitividad en un mundo cada vez más interconectado (De Melo et al., 2024). Sin embargo, esta expansión de oportunidades no está libre de desafíos significativos (García et al., 2022). La expansión de herramientas digitales y la creciente competencia en línea han elevado la dificultad para destacar en un mercado saturado (Cabero et al., 2022). Esto cuestiona si las habilidades digitales básicas son suficientes para mantener una ventaja competitiva frente a empresas ya establecidas (Bolaños, 2022).

Además, la rápida evolución de las tecnologías digitales plantea un desafío considerable para los emprendedores, quienes deben esforzarse por mantenerse al día con los avances tecnológicos (Matellán, 2020). Este desafío se ha convertido en una preocupación central, ya que la velocidad con la que ocurren estas innovaciones requiere una adaptación constante (Vela, 2021). Esto pone en debate si la capacitación actual es adecuada para enfrentar estos desafíos y si los emprendedores están suficientemente preparados para gestionar esta dinámica (Espinoza et al., 2021).

El impulso hacia la adopción acelerada de tecnologías digitales permitió a las empresas ajustar sus estrategias para mantenerse competitivas en el mercado (Martel et al., 2021). No obstante, esta rápida adaptación a las tecnologías digitales ha generado debates sobre la sostenibilidad a largo plazo de estos modelos de negocio (Nascimento et al., 2021). La dependencia de las plataformas digitales y la

necesidad constante de actualización tecnológica pueden llevar a la fragilidad de los modelos de negocio, lo que plantea la cuestión de si estos modelos son sostenibles a largo plazo o si corren el riesgo de volverse obsoletos rápidamente (Rodrigues et al., 2021).

Por último, la digitalización generalizada ha planteado desafíos significativos en términos de privacidad y seguridad de los datos (De Melo et al., 2024). La necesidad de proteger la información personal y empresarial en un entorno cada vez más digitalizado ha generado un debate sobre la eficacia de las regulaciones actuales y la necesidad de adoptar mejores prácticas en la gestión de datos (Prendes, 2022). Este aspecto es crucial para asegurar que el emprendimiento digital no solo sea innovador, sino también seguro y ético en su operación (García et al., 2022).

Finalmente, la importancia de este estudio radica en consolidar hallazgos de diversos estudios sobre los desafíos y oportunidades del emprendimiento digital desde diferentes perspectivas, ofreciendo una visión unificada que no se ha integrado previamente en la literatura. Por ello, el objetivo planteado es identificar a través de una revisión de estudios recientes, los desafíos y oportunidades más relevantes que han surgido en el emprendimiento digital debido a la pandemia y analizar cómo se manifiestan actualmente en el contexto de la postpandemia. La pregunta de investigación es: ¿Cuáles han sido los principales desafíos y oportunidades que han influido en el emprendimiento digital durante la pandemia de COVID-19 y de qué manera se reflejan actualmente en el contexto de la postpandemia?

II. Método

La revisión se caracteriza por su enfoque teórico y descriptivo, utilizando un diseño de revisión documentaria para analizar estudios publicados entre 2020 y 2024, sobre la evolución del emprendimiento digital durante la pandemia y en el período postpandemia.

La investigación se realizó a través de diversos repositorios académicos, tales como Scopus, Scielo, Redalyc, Alicia Concytec, La Referencia, Dialnet, Google Académico, Researchgate y ProQuest. Estas plataformas resultaron fundamentales en la recopilación de información, proporcionando una visión amplia y diversificada desde la perspectiva de distintos autores.

Tabla 1

Criterios de inclusión y exclusión

| Criterios de inclusión | Criterios de exclusión |
|---|---|
| Artículos realizados en época de pandemia y post pandemia | Artículos realizados antes de la pandemia |
| Artículos publicados en repositorios confiables | Libros, tesis y fuentes no confiables |
| Artículos relacionados a la variable | Artículos sin relación a la variable |
| Artículos con acceso abierto | Artículos restringidos |

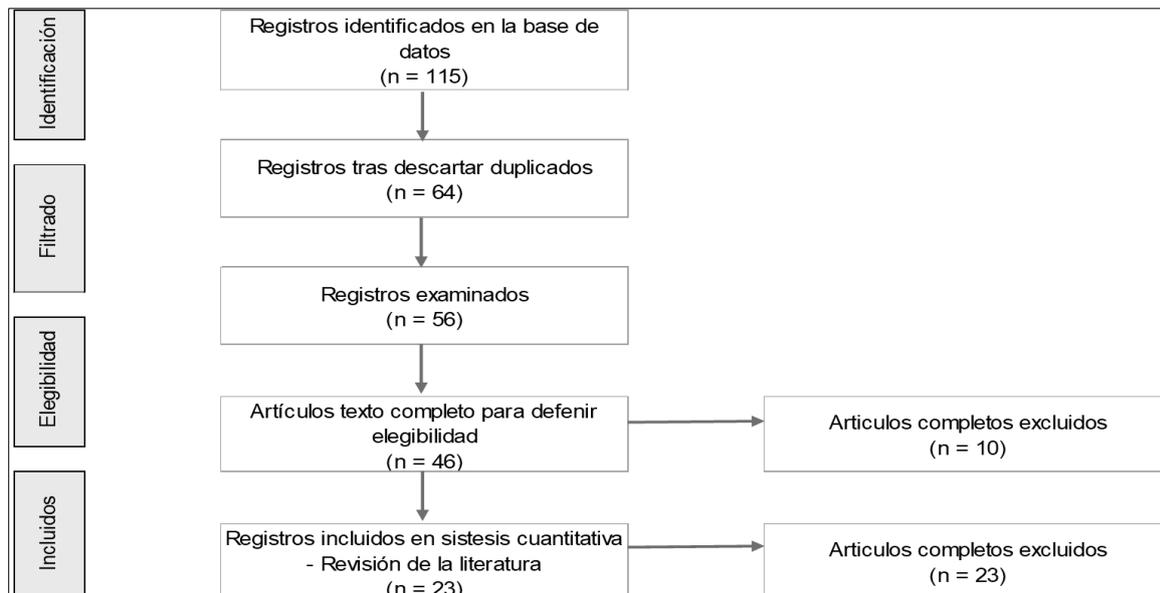
Para llevar a cabo la revisión, se establecieron criterios de inclusión y exclusión rigurosos. Los criterios de inclusión abarcaron artículos publicados durante la pandemia y postpandemia, específicamente entre 2020 y 2024, que se encontraban en repositorios confiables y estaban relacionados con la variable, además de contar con acceso abierto. Por otro lado, se excluyeron aquellos artículos publicados antes del 2019, libros y tesis, así como artículos que no tuvieran relación directa con el tema principal o que requirieran pago para acceder a su contenido, dichos criterios aseguraron la relevancia y accesibilidad de las fuentes utilizadas en el estudio.

III. Análisis e integración de la información

Luego de un análisis metodológico exhaustivo, se creó un gráfico que ilustra la distribución de los artículos seleccionados de diferentes fuentes acreditadas.

Figura 1

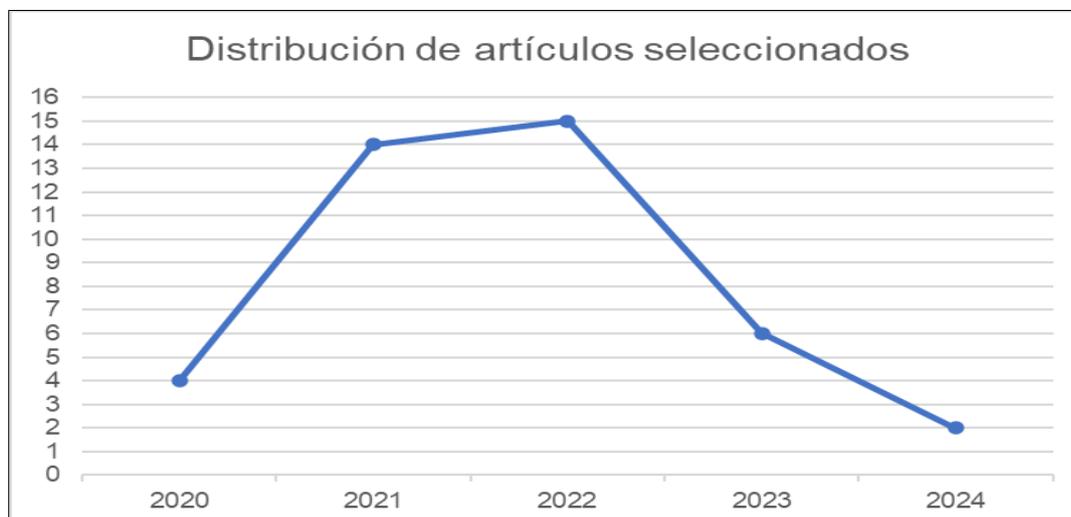
Fases de identificación, filtrado, elegibilidad e inclusión



La Figura 1 muestra que, de 115 referencias iniciales, se eliminaron 51 duplicadas, quedando 64. De estas, se revisaron 56 sobre emprendimiento digital, seleccionando 46. Se excluyeron 10 por estar fuera del rango de la pandemia. Finalmente, se utilizaron 23 y se descartaron 23 por falta de relevancia.

Figura 2

Distribución de artículos seleccionados

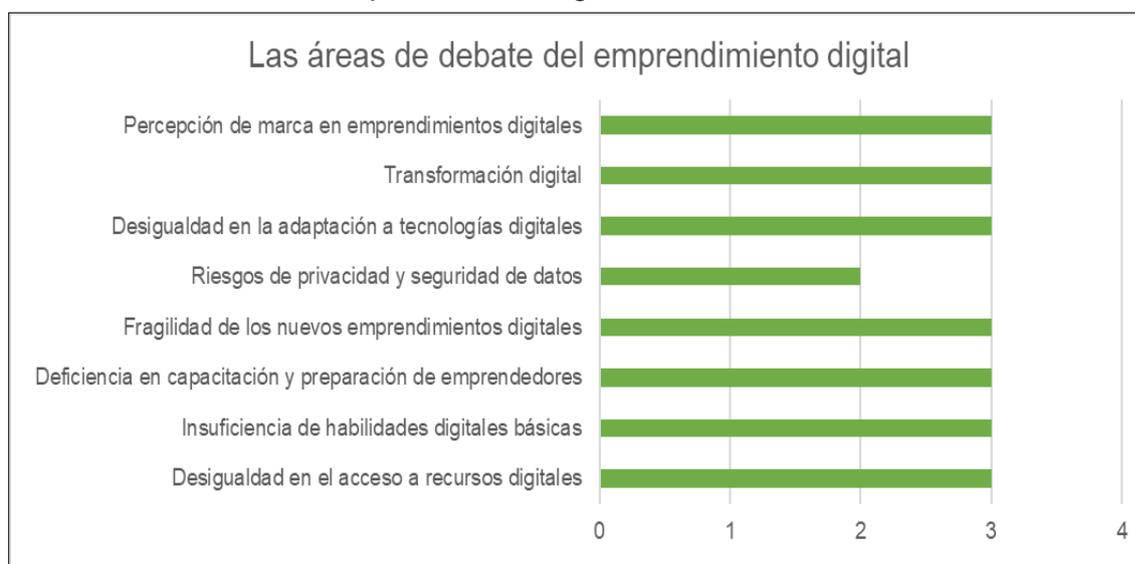


El gráfico presenta la evolución en la producción de artículos académicos sobre emprendimiento digital durante y después de la pandemia. En 2020, se publicaron 4 artículos, un número bajo probablemente porque el impacto de la pandemia aún estaba en proceso de ser comprendido por la comunidad académica. En 2021, el número de publicaciones aumentó significativamente a 14, lo que indica un creciente interés por entender cómo los emprendimientos digitales se estaban adaptando a las nuevas circunstancias.

En 2022, hubo un pequeño incremento a 15 artículos, lo que muestra que el tema seguía siendo relevante. Sin embargo, en 2023, el número de publicaciones disminuyó a 6, sugiriendo que, aunque el tema mantenía su importancia, la novedad del fenómeno había empezado a disminuir. Finalmente, en 2024, con solo 2 artículos publicados, parece que el interés académico en este tema se redujo, posiblemente debido a que las prácticas empresariales se habían estabilizado o la atención se había desplazado hacia otros temas emergentes en el contexto postpandemia.

Figura 3

Las áreas de debate del emprendimiento digital



El análisis del gráfico muestra que los estudios entre 2020 y 2024 han destacado áreas clave de debate sobre el emprendimiento digital durante y después

de la pandemia. En primer lugar, la desigualdad en el acceso a recursos digitales, abordado en tres artículos, evidencian cómo la falta de infraestructura tecnológica limitó las oportunidades para muchos emprendedores, especialmente en regiones menos desarrolladas. Este problema está estrechamente vinculado con la insuficiencia de habilidades digitales básicas, también cubierta en tres artículos, que destaca la urgente necesidad de competencias digitales para integrarse a un mercado en rápida digitalización.

Por otro lado, la deficiencia en la capacitación de emprendedores fue una preocupación central, con tres artículos subrayando cómo la falta de preparación limitó su capacidad para acoplarse a las exigencias del mercado digital. De igual manera, la fragilidad de los nuevos emprendimientos digitales fue análisis en tres estudios, revelando que, aunque muchos negocios surgieron durante la pandemia, no todos pudieron mantenerse una vez que el mercado se estabilizó, evidenciando así la falta de estrategias sostenibles para su continuidad. Además, la desigualdad en la adaptación a tecnologías digitales, tratada en otros tres artículos, puso en evidencia las brechas en el uso efectivo de la tecnología, exacerbadas por la crisis sanitaria.

Además, los riesgos de privacidad e inseguridad de datos, discutidos en dos estudios, reflejan una creciente preocupación por la seguridad digital en un contexto de mayor dependencia de plataformas en línea. La transformación digital, por su parte, recibió atención significativa en tres estudios, que exploraron cómo la digitalización forzada por la pandemia creó tanto oportunidades de crecimiento como desafíos importantes. Finalmente, la percepción de marca en emprendimientos digitales fue clave, con tres investigaciones que muestran cómo la gestión de la imagen en línea afectó la confianza del consumidor durante la crisis, destacando la importancia de una estrategia digital sólida en tiempos de incertidumbre.

Tabla 2*Distribución según la temática de los artículos analizados*

| Factores | Temas | Referencias |
|--|---|--|
| Desigualdad en el acceso a recursos digitales | Brechas en el acceso a tecnologías digitales. | Alvarez & Biurrun (2022) |
| | Impacto de la desigualdad en la competitividad empresarial. | Acuña (2021); Nicolas & Rubio (2020) |
| Insuficiencia de habilidades digitales básicas | Necesidad de habilidades digitales básicas para la competencia. | García et al. (2022) |
| | Falta de habilidades en el desempeño empresarial. | Bolaños (2022); Cabero et al. (2022) |
| Deficiencia en capacitación y preparación de emprendedores | Capacitación actual frente a la rápida evolución tecnológica. | Vela (2021); Espinoza et al. (2021) |
| | Preparación de emprendedores para enfrentar desafíos digitales. | Matellán (2020) |
| Fragilidad de los nuevos emprendimientos digitales | Riesgos de obsolescencia y fragilidad de modelos de negocio digitales. | Rodrigues et al. (2021) |
| | Sostenibilidad a largo plazo de emprendimientos digitales. | Nascimento et al. (2021); Martel et al. (2021) |
| Riesgos de privacidad e inseguridad de datos | Protección de datos personales y empresariales. | Prendes (2022) |
| | Eficacia de las regulaciones actuales sobre privacidad y seguridad de datos | De Melo et al. (2024) |
| Desigualdad en la adaptación a tecnologías digitales | Diferencias en la capacidad de adaptación tecnológica entre sectores. | Marín & Portillo (2021); Chiatchoua & Ávila (2023) |
| | Impacto de la desigualdad en la integración digital. | Montiel et al. (2021) |
| Transformación digital | Efectos de la pandemia en la digitalización de negocios. | Tejeiro et al. (2021) |
| | Innovaciones y adaptaciones durante la crisis sanitaria. | González et al. (2022); Fernandes et al. (2023) |
| Percepción de marca en emprendimientos digitales | Diferenciación y posicionamiento de marca en un mercado digital saturado. | Useche et al. (2021); Solís et al. (2021) |
| | Estrategias para destacar en el entorno digital. | Bastidas et al. (2022) |

La desigualdad en el acceso a recursos digitales impidió a muchas empresas pequeñas y emprendedores adaptarse rápidamente a la digitalización (Alvarez & Biurrun, 2022). Durante la crisis, las empresas con recursos limitados enfrentaron diversos desafíos (Acuña, 2021). En contraste, aquellas con una infraestructura digital sólida antes de la pandemia lograron prosperar (Nicolas & Rubio, 2020). Lo cual refleja una ventaja competitiva para quienes invirtieron previamente en tecnología. Asimismo, las empresas que contaban con habilidades digitales mantuvieron su competitividad durante la pandemia (García et al., 2022) y, en algunos casos, destacaron en el mercado postpandemia (Cabero et al., 2022). En cambio, aquellas que no contaban con estas habilidades limitaron severamente su desempeño (Bolaños, 2022). Por tanto, se resalta la importancia de las habilidades como pilares fundamentales para el éxito empresarial.

Al mismo tiempo, la rápida evolución tecnológica durante la pandemia expuso deficiencias en la capacitación y preparación de emprendedores, revelando la falta de habilidades para adaptarse a los cambios acelerados en el entorno digital (Vela, 2021). Mientras algunos lucharon para mantenerse al día con el ritmo acelerado de la transformación digital, estas deficiencias se hicieron evidentes (Espinoza et al., 2021). En contraste, aquellos que habían invertido tiempo y recursos en una preparación adecuada demostraron una capacidad notable para adaptarse con mayor eficacia a las nuevas demandas del mercado (Matellán, 2020). En consecuencia, la capacitación resultó ser clave en la resiliencia y el éxito en tiempos de incertidumbre.

Por su parte, la fragilidad de los nuevos emprendimientos digitales se evidenció claramente cuando muchos modelos de negocio enfrentaron riesgos significativos, derivados de su limitada capacidad para adaptarse tanto durante la pandemia como en la postpandemia (Rodrigues et al., 2021). La sostenibilidad a largo plazo emergió como una preocupación central para los nuevos emprendimientos digitales

(Nascimento et al., 2021), ya que numerosos emprendimientos lucharon por mantener su viabilidad en un mercado que presentó desafíos crecientes y cada vez más complejos (Martel et al., 2021). De tal forma, los emprendimientos ya no pueden centrarse únicamente en la supervivencia inmediata; deben considerar cómo construir un modelo que garantice su continuidad en el futuro.

Por otro lado, la protección de datos personales y empresariales se convirtió en una preocupación crucial durante la pandemia (Prendes, 2022). La eficacia de las regulaciones sobre privacidad y seguridad revelaron deficiencias en su protección (De Melo et al., 2024). Lo cual evidencia que la protección de datos es un pilar crítico para mantener la confianza y preservar la reputación empresarial. En cuanto a la desigualdad en la adaptación a tecnologías digitales, hay un desnivel en la capacidad de adaptación (Marín & Portillo, 2021). Esta desigualdad impactó negativamente en la integración digital (Montiel et al., 2021). Además, se identificaron la forma en que los sectores enfrentaron los desafíos digitales (Chiatchoua & Ávila, 2023).

Como es bien conocido, la pandemia aceleró la transformación digital de los negocios, revelando nuevas formas de operar (Tejeiro et al., 2021). Durante esta crisis, se observó un aumento significativo en innovaciones (González et al., 2022), ya que las empresas buscaron nuevas soluciones para enfrentar los desafíos (Fernandes et al., 2023), de ahí se resalta la importancia de la agilidad y la inversión continua. En cuanto a la percepción de marca en emprendimientos digitales, la diferenciación se volvió vital en un mercado saturado (Useche et al., 2021). Asimismo, el posicionamiento se volvió crucial para poder sobresalir (Solís et al., 2021). Las empresas que implementaron estrategias efectivas lograron mejorar su visibilidad (Bastidas et al., 2022), lo que logró distinguirlas y darles una ventaja significativa.

IV. Conclusiones

El estudio se desarrolló mediante una revisión minuciosa de la literatura disponible entre 2020 y 2024, quedando seleccionados 23 artículos clave. Esta selección permitió identificar los principales desafíos y oportunidades que han influido en el desarrollo del emprendimiento digital durante la pandemia y postpandemia.

Entre los principales hallazgos se encontró que, durante la pandemia, los emprendedores enfrentaron desafíos significativos relacionados con la falta de preparación digital y limitaciones en la capacitación. Estos desafíos variaron según el nivel de preparación previa de los emprendedores; mientras algunos se adaptaron rápidamente y aprovecharon las oportunidades de digitalización e innovación, otros encontraron dificultades para adaptarse a los cambios tecnológicos acelerados.

En relación con la pregunta de investigación formulada al inicio ¿Cuáles han sido los principales desafíos y oportunidades que han influido en el emprendimiento digital durante la pandemia de COVID-19, y de qué manera se reflejan actualmente en el contexto de la postpandemia? Durante la pandemia, algunos emprendedores enfrentaron desafíos cruciales como la falta de preparación y la insuficiencia de habilidades digitales, que limitaron su capacidad para adaptarse rápidamente a nuevas tecnologías. Sin embargo, la crisis también aceleró la transformación digital, facilitando innovaciones clave para la adaptación al mercado. En la postpandemia, estas experiencias se reflejan en una integración más profunda de tecnologías digitales y una capacidad de adaptación más ágil y eficaz.

Por ello, la nueva línea de investigación debe enfocarse en la evolución de las estrategias de innovación postpandemia, para comprender cómo los emprendedores superaron la saturación de competencia en internet y lograron destacarse una vez finalizado el confinamiento.

Referencias

- Acuña, E. (2021). Emprendimiento y resiliencia: caso de las bodegas de barrio en el Perú durante la pandemia de COVID-19. *Desde el Sur*, 13(1), 1-18.
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2415-09592021000100007&lang=es
- Aguilar, J., Mungaray, A., & Mahecha, R. (2023). Los retos de las nuevas emprendedoras de negocios por internet en un mundo pospandémico. *PAAKAT: Revista de tecnología y sociedad*, 13(24), 1-23.
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-36072023000100002&lang=es
- Alguacil, P. & Roman, C. (2020). Presentación monográfica: La economía social ante sus retos: emprendimiento, transformación digital, género y desarrollo sostenible. *Revesco: Revista de Estudios Cooperativos*, 133(1), 1-5.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7934379>
- Álvarez, I., & Biurrun, A. (2022). La digitalización como baza de recuperación pospandemia. *ICE, Revista de Economía*, 9(24), 197-213.
<https://doi.org/10.32796/ice.2022.924.7357>
- Araya, S. (2021). Autoconfianza y actitud hacia la enseñanza del emprendimiento: impulsores clave de la intención emprendedora. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 12(2), 1-19.
http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1688-93042021000200063
- Bastidas, L., Mazacón, C., Ruiz, E., & Onofre, R. (2022). Transformación digital y emprendimiento. *Revista Oratores*, 1(16), 48-65.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9479162>

- Bayona, S. (2022). Habilidades para el emprendimiento en el contexto COVID-19. *Revista Ibérica de Sistemas y Tecnologías de la Información*, 5(49), 528-536. <https://www.proquest.com/docview/2714755603?accountid=187086&source=Scholarly%20Journals>
- Beard, L., Berger, M., Collins, S., Devani, B., Dreischmeier, R., Fairbairn, W., Janewit, N., Lambeck, T., Libarikian, A., Schatz, D., Unni, U., & Vásquez, B. (2021, diciembre). *Informe global 2021: El estado de la creación de nuevas empresas*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destacados/informe-global-2021-el-estado-de-la-creacion-de-nuevas-empresas/es>
- Blandón, H., Cabrera, K., & Tafur, R. (2022). Marketing digital: Una estrategia innovadora para reinventar el emprendimiento en Colombia. *Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina*, 1(2), 1-28. <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/4506>
- Bolaños, J. (2022). Emprendimiento digital, un nuevo camino. *Travesía Emprendedora*, 5(2), 77-79. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9414595>
- Cabero, J., Barroso, J., Gutiérrez, J., & Palacios, A. (2022). Desarrollando competencias digitales y emprendedoras en Pedagogía. *RiITE: Revista interuniversitaria de investigación en Tecnología Educativa*, 1(12), 49-63. <https://doi.org/10.6018/riite.522441>
- Calanchez, Á., Ríos, M., Zevallos, R., & Silva, F. (2022). Innovación y emprendimiento social como estrategia para afrontar la Pandemia COVID-19. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(1), 275-287. <https://www.redalyc.org/journal/280/28069961020/>

- Carvajal, G., Nogueira, D., Lemoine, F., & Mieles P. (2021). Emprendimientos frente al COVID-19: Impactos, reacciones y redes de apoyo personal y digital. *ULEAM Bahía Magazine*, 2(3), 1–13. https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/uleam_bahia_magazine/article/view/127
- Castilla, R., Mccolm, F., & Carhuayo, C. (2023). Estrategias de marketing de contenidos y su efecto en la percepción de marca de emprendimientos digitales. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 1-16. <https://www.researchgate.net/publication/369494176>
- Chiatchoua, C., & Ávila, R. (2023). Emprendimiento digital y micro y pequeñas empresas en tiempos del COVID-19 en México. *Economía y Negocios*, 14(2), 39–53. <https://doi.org/10.29019/eyn.v14i2.1158>
- De Melo, D., Pinheiro, C., Santos, R., Roque, W., & Weitzel, V. (2024). Empreendedorismo e inovação ao redor do mundo: O papel da transformação digital para o desenvolvimento das economias globais. *Revista De Ciências Da Administração*, 25(65), 1–13. <https://doi.org/10.5007/2175-8077.2023.e96301>
- Escobar, A., & Bahamonde, L. (2020). Innovación en emprendimientos periodísticos y de comunicación frente a las nuevas tendencias digitales. *Uru: Revista de Comunicación y Cultura*, 1(3), 84–101. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9058255>
- Espinoza, X., Armijos, M., & Noboa, J. (2021). Economía colaborativa, emprendimiento digital e innovación en el Ecuador. *Yachana Revista Científica*, 11(1), 95-109. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9199808>
- Fernandes, T., De Souza Santos, C., Dos Reis Alves, C., Da Silva, P., Cassimiro, I.,

- & Ruas, R. (2023). Digital marketing profile of nursing professional ventures published via Instagram / Perfil mercadológico digital de emprendimientos de profissionais de enfermagem divulgados via Instagram. *Revista de Pesquisa Cuidado é Fundamental Online*, 1(5), 1-9.
<https://www.researchgate.net/publication/374246829>
- García, P., González, V., & Prendes, M. (2022). *Formación para el emprendimiento digital de estudiantes universitarios*. Octaedro.
- González, V., Prendes, M., & Solano, I. (2022). Instrumento de análisis de la competencia de emprendimiento digital en educación superior. *Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*, 28(1), 1-50.
<https://www.redalyc.org/journal/916/91671862001/>
- Jiménez, M., Arce, S., & Faith, M. (2022). Cambios causados por la pandemia por COVID-19 en la estrategia de mercadeo digital en pymes Costa Rica. *Innovar*, 32(86), 75-87.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512022000400075&lang=es
- Kinsta (2022, julio). Estadísticas de cuota de mercado y uso de Shopify. *Kinsta*.
<https://kinsta.com/es/cuota-de-mercado-de-shopify/>
- Marín, A., & Portillo, T. (2021). Emprendimiento y MiPymes en época de emergencia sanitaria. *Universidad Católica de Colombia*, 1(1), 1-13.
<https://hdl.handle.net/10983/25642>
- Martel, C., Torero, N., & López, J. (2021). Perú: Emprender en tiempos de COVID-19. *Innovación Empresarial*, 1(1), 1-4.
<http://revistas.udh.edu.pe/index.php/rcie/article/view/1e/253>
- Matellán, V. (2020). La supercomputación como infraestructura básica para el

- emprendimiento digital. *Universidad de León*, 14(17), 101-110.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8005350>
- Mele, G. (2021). Crónica de un emprendimiento digital en medio de una crisis sanitaria: Una antropóloga en la empresa. *Anthropía*, 1(8), 133-146.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RPUC_fd9aaa2cbc6b18406bcfba2bd87def4a
- Montiel, O., Flores, A., Ávila, E., & Sierra, S. (2021). Tengo que sobrevivir: Relato de vida de tres jóvenes micro emprendedores bajo COVID-19. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 23(1), 67-84.
<https://www.redalyc.org/journal/993/99365404006/99365404006.pdf>
- Nascimento, A., Gomes, S., Oliveira, A., Medeiros, A., Da Silva, F., Da Fonseca, T., Chaym, C., De Melo, M., Araújo, M., Ferreira, K., Carvalho, J. & Assunção, T. (2021). Entrepreneurship and COVID-19: Opportunities in the pandemic. *Research, Society and Development*, 10(15), 1-9. <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i15.22574>
- Nicolas, C., & Rubio, A. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review*, 4(2), 53–66.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7476311>
- Orús, A. (2024, abril). Comercio electrónico en el mundo: Datos estadísticos. *Statista*.
<https://es.statista.com/temas/9072/comercio-electronico-en-el-mundo/#topicOverview>
- Prendes, M. (2022). Formar para el emprendimiento digital: Construyendo los ciudadanos del siglo XXI. *RiiTE Revista interuniversitaria de investigación en Tecnología Educativa*, 1(2), 1–19. <https://doi.org/10.6018/riite.525101>

- Quintero, D., & Cano, A. (2022). Innovación empresarial y marketing digital en tiempos de pandemia. *Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina*, 1(1), 1-20. <https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/4523>
- Rasheed, R., Achi, S., Simovic, V., De la Roche, M., Uthaman, N., & Al Haziazi, M. (2024). Towards inclusive growth: Remote work and digital entrepreneurship as tools for pwd empowerment in Oman. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(8), 1-15. <https://www.proquest.com/docview/3052813563/5E852508983404EPQ/1?accountid=187086&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Rodrigues, A., Alves, T., & Dai Prá, C. (2021). Impactos da pandemia de COVID-19 sobre o empreendedorismo digital nas instituições bancárias brasileiras: uma análise à luz das forças isomórficas. *Estudios Gerenciales*, 37(158), 113-125. <https://doaj.org/article/414d959044974c13aab58d48c6dcd51f>
- Román, M., & González, V. (2022). La competencia de emprendimiento digital en función del género: El proyecto EmDigital. *Hachetetepe: Revista científica de educación y comunicación*, 2(4), 1-13. <https://doi.org/10.25267/Hachetetepe.2022.i24.1205>
- Saavedra, R., Martínez, G., & Osorio, G. (2022). Resiliencia del emprendimiento en México. Los casos de las crisis económicas del COVID-19 y subprime. *Estudios gerenciales*, 38(165), 507–518. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232022000400507
- Solís, J., Neira, M., Ormaza, J., & Quevedo, J. (2021). Emprendimiento e innovación: Dimensiones para el estudio de las MiPymes de Azogues-Ecuador: Entrepreneurship and innovation: Dimensions for the study of the MSMEs of

- Azogues-Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(1), 315-333.
<https://www.redalyc.org/journal/280/28065533026/html/>
- Suárez, L. (2023). Tiempos de pandemia del COVID-19, aceleración digital y emprendimientos en Lima Metropolitana. *Scientia*, 23(23), 49–68.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/REVURP_9c744d51fb4cb0f044c7f5ef4b8a51f0
- Tejeiro, M., Molina, M., & García, J. (2021). Emprendimiento digital femenino para el desarrollo social y económico: características y barreras en España. *Revesco: Revista de Estudios Cooperativos*, 13(8), 111-124.
<https://dialnet.unirioja.es/metricas/documentos/ARTREV/7894632>
- Uribe, G., Ríos, C., & Vargas, J., (2023). Is there an impact of digital transformation on consumer behaviour? An empirical study in the financial sector. *Economies; Basel*, 11(5), 120-132.
<https://www.proquest.com/docview/2819429722/EFE40D52318D4EE6PQ/8?accountid=187086&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Useche, M., Pereira, M., & Barragán, C. (2021). Retos y desafíos del emprendimiento ecuatoriano, trascendiendo a la pospandemia. *Retos: Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 11(22), 271-286.
http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182021000200271
- Vela, R. (2021). Futuro del trabajo, emprendimiento y mujer ante la transformación digital. *Revista de trabajo y seguridad social*, 4(59), 57–81.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7954679>

Anexo 1. Informe de turnitin

ACERO ARTEAGA, Emerson ALE QUISPE, Kiara
ARTICULO DE REVISIÓN PARA REPOSITORIO _ ACERO ARTEAGA Y ALE QUISPE.docx

Similitud 9% Marcas de alerta Escritura con IA 56%

EMPRENDIMIENTO DIGITAL: UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA EN ÉPOCA DE PANDEMIA Y POSTPANDEMIA

Trabajo de investigación para obtener el grado académico de Bachiller en Administración de empresas

Autores
ACERO ARTEAGA, Emerson Francisco (ORCID: 0000-0002-7998-8677)
ALE QUISPE, Kiara Nicolle (ORCID: 0000-0002-8749-0991)

Asesor
00-0003-0128-0123

Página 1 de 23 5118 palabras 128%

9% Similitud General

Fuentes

Mostrar las fuentes solapadas

| Fuente | Similitud | Detalles |
|---|-----------|--|
| Internet repositorio.autonoma.edu.pe | 4% | 9 text blocks, 175 palabras coincidentes |
| Internet www.icesi.edu.co | <1% | 4 text blocks, 32 palabras coincidentes |
| Trabajos enviados | | |