



# Modelos De Negocios Digitales como aporte a la enseñanza en el aula para estudiantes universitarios


Paola Alexandra, Colorado Guarnizo, Politécnico Internacional

 <https://orcid.org/0000-0002-2889-9965>

Wilmar Yesid Suárez Villaizón, Fundación Universitaria Horizonte

 <https://orcid.org/0009-0008-9527-4966>

Carlos Eduardo Daza Orozco, Iniciación Científica

 <https://orcid.org/0000-0002-2536-8819>

## Resumen:

El modelo de negocio digital es uno de los temas empresariales más fundamental en la actualidad, constituyendo al esquema en el que empresarios crean y capturan valor en el mercado por medio de plataformas digitales, esto genera que su estudio y comprensión sean cruciales para desarrollar estrategias innovadoras en un entorno competitivo. Sin embargo, estos modelos son poco manejados dentro del aula de clases como aprendizaje digital para universitarios. Objetivo es identificar los aspectos teóricos sobre los modelos digitales como parte de la enseñanza en el aula universitaria de Bogotá por medio de una revisión sistemática, generando un impacto sobre el modelo emprendedor y creación de empresas digitales desde el aprendizaje

teórico. Esta investigación es de tipo documental por medio de la metodología PRISMA, recopilando 252 artículos y dejando 12 documentos finales para su análisis, brindando así un comparativo de resultados e investigaciones. El resultado evidenció la importancia que tiene los modelos de negocios digitales dentro de los entornos universitarios desde la teoría hasta la práctica, brindando así conocimientos y puntos de vista desde diferentes enfoques y así mismo llevarlos al aprendizaje en aula. En definitiva, la integración de estos estudios no solo fortalece la capacidad de los profesionales para diseñar y gestionar estrategias empresariales en la era digital, sino que también les capacita para liderar la transformación dentro de sus organizaciones de una forma práctica.

### **Palabras claves**

Educación Administrativa, Modelos de negocios digitales, emprendimiento digital, transformación digital.

### **Introducción**

La presente investigación parte desde el aporte de enseñanza de los modelos de negocios digitales en las aulas de clase de estudiantes universitarios de algunas universidades de Bogotá para enfrentar el sector empresarial. Se abordará desde el confinamiento de la pandemia del COVID-19 (Prepandemia, Pandemia Y Postpandemia) y como fue manejado el tema desde diferentes enfoques que aportan a los estudiantes universitarios en sus carreras profesionales.

El COVID-19 que durante el 2020 y 2022 generó un confinamiento absoluto en cada una de las ciudades a nivel mundial, fue una de las principales medidas de prevenciones tomadas para evitar su propagación, llegando a afectar aspectos como la economía y el comercio de algunos establecimientos físicos que ofrecían su producto de manera presencial. A

pesar de esta medida de confinamiento, muchos empresarios optaron por la forma de seguir impulsando su negocio y ofrecer su producto de manera digital, en este punto, comienza a tomar impulso el modelo de negocio de manera digital para que aquellos empresarios que operaban su emprendimiento en algún punto de venta 100% físico y que tuvieran un método factible de seguir manejando su emprendimiento de manera fácil y funcional, por lo tanto, el negocio digital puede concebirse como un método de gestión empresarial que utiliza las nuevas tecnologías (Henríquez y Frez, 2022).

Muchos de los empresarios de algunas pymes de la ciudad de Bogotá, optaron por cerrar sus negocios y empresas por no familiarizarse con las tecnologías en entornos de un modelo de negocio digital que se manejaba durante el 2020 y 2021, esto debido a algunos factores como la desconfianza, el miedo o falta de recursos que impedían el manejo estos negocios de manera digital. Algunos empresarios desconocen en la actualidad los modelos de negocios digitales que lograron mantener las empresas activas durante el confinamiento, tenido en cuenta que varios de estos propietarios son estudiantes de alguna carrera universitaria y con estos emprendimientos lograban financiar sus estudios y mantener estable los costos de vida diarios.

Estos empresarios conocían y manejaban el modelo de negocios tradicional que se ha utilizado durante las últimas décadas, el cual consiste en tener un punto físico (sucursal o establecimiento) y ofrecer algún tipo de servicio o producto, esto permitió mantener su negocio durante muchos años sin necesidad de alguna actualización o incorporación a la era digital, dado que, muchos ya contaban con una lista de clientes y proveedores fieles, sin actualizarse en los modelos digitales como parte de innovación dentro de estos entornos, puesto que, las actividades de innovación constituyen efectivamente, junto con el capital humano, uno de los principales factores que determinan las ventajas competitivas de las economías industriales avanzadas

(Robayo, 2016). Al no manejar este tipo de innovaciones tecnológicas y no contar con un apoyo externo, el desconocimiento generaba afectaciones económicas dentro de las empresas difíciles de recuperar.

### Modelos De Negocios Digitales En Aulas De Clase

El desconocimiento de los estudiantes sobre cómo gestionar de manera teórica y práctica los modelos de negocios digitales dentro de las aulas de clase, hacen que, en muchos casos dentro del sector económico, estos sean manejados por terceros o de forma improvisada, dado que, un negocio digital se destaca por ser una combinación de modelo de negocio que opera con base a herramientas propias de la revolución digital tales como Big Data, seguridad informática, marketing digital, inteligencia artificial, entre otros, aristas en las que se puede desenvolver un profesional capacitado en Negocios Digitales (Henríquez y Frez, 2022).

A partir de lo anterior, nace la pregunta problema de ¿Cómo por medio de una revisión sistemática de literatura se puede identificar los aspectos teóricos sobre los modelos de negocios digitales como parte de la enseñanza en el aula para los estudiantes universitarios en la ciudad de Bogotá generando un impacto sobre el modelo emprendedor y creación de nuevas empresas digitales desde el aprendizaje teórico? Para esto, se generó una revisión sistemática, la cual nos permite evidenciar los diversos temas de interés en poco tiempo, esto para conocer los aspectos teóricos que tienen los diferentes autores con respecto al tema y como se lograría incorporar este aprendizaje en las carreras universitarias, obteniendo un mejoramiento constructivo para la era digital.

El objetivo de la investigación es identificar los aspectos teóricos sobre los modelos digitales como parte de la enseñanza en el aula universitaria de

Bogotá, por medio de una revisión sistemática, generando un impacto sobre el modelo emprendedor y creación de empresas digitales desde el aprendizaje teórico.

La revisión sistemática que se aborda en este artículo, parte del poco manejo que tienen las universidades con respecto al modelo de negocio digital en las diferentes carreras universitarias de algunas universidades de Bogotá, esto permitiría al estudiante conocer las necesidades del sector e impulsar sus conocimientos hacia una nueva empresa desde diferentes características de los modelos de negocios digitales.

Para estudiantes de universidades de Bogotá, se evidencia en planes de estudio que existe un poco manejo del modelo de negocio digital como asignatura de aprendizaje dentro de las aulas para futuros empresarios del país, esto genera una de las problemáticas sobre el ¿Por qué? y ¿Para qué? son necesarios los aprendizajes de los negocios digitales y en cómo se manejaran en el futuro, aquí cobra importancia el papel de la educación universitaria en la formación de profesionales por medio de su pensamiento crítico hacia la sociedad y la economía, Para el desarrollo del pensamiento crítico se debe incentivar un espíritu crítico, que partirá de un sondeo de la curiosidad, agudeza mental, una razón dedicada y hambre de adquirir información fiable (Facione, 2011: 10, como se citó en Núñez, (2017)).

Por esta razón, se llevó a cabo una recopilación de documentos para la revisión literaria, enfocada en identificar teóricamente los temas tratados por diversos autores sobre los modelos de negocios digitales que aporten a la educación universitaria. Este proceso de revisión incluye la evaluación de los hallazgos de la literatura existente desde un enfoque teórico; dado que la revisión permanente de la literatura permitirá generar nuevas e importantes ideas para el desarrollo de nuevas investigaciones (Benet et al.,2015). Esta

metodología permitirá una comprensión integral de las tendencias y desafíos actuales en la integración de estos modelos en el ámbito académico.

## Metodología

Durante esta investigación, se llevó a cabo una metodología de tipo documental, generando una revisión de literatura centrada en los artículos de algunas de las bases de datos más importantes a nivel investigativo y académico como lo son Scopus, Scielo, Redalyc, Dialnet, WoS, CEPAL, DANE, GOOGLE SCHOLAR, entre otras. Sin embargo, algunas de estas bases de datos fueron excluidas durante el proceso de revisión documental debido a redundancia de artículos sobre los modelos de negocios tradicionales y digitales, por duplicidad o por cumplir con alguno de los criterios de exclusión.

La búsqueda de documentos que hacen parte de esta revisión sistemática, fueron elegidos siguiendo un paso a paso por medio de la metodología PRISMA, la cual se adapta correctamente al estudio en curso. Se optó como inicio realizar una la revisión sistemática de literatura por medio de la metodología Methodi Ordinatio o Methodi Ordinatio 2.0. Esta metodología emplea una adaptación de ProKnow-C para la selección de publicaciones y de InOrdinatio, un índice para clasificar por relevancia las obras seleccionadas (Pagani et al., 2015). Esto fue descartado para minimizar el sesgo en las revisiones sistemáticas, por el factor de impacto y porque no se manejarían número de citas.

Por lo anterior, se decidió manejar la metodología PRISMA 2020 la cual se configura como una de las más utilizadas para la realización de revisiones sistemáticas en el ámbito educativo (Sánchez et al., 2022), todo esto de acuerdo con la problemática, el tema, la teoría y los criterios

estipulados para este artículo y encaminados a la población educativa y así dar respuesta a la pregunta problema cumpliendo con el objetivo estipulado.

### Inicio de revisión sistemática

Como punto de partida, se analizó la problemática sobre los modelos de negocios digitales en carreras universitarias en diferentes universidades de Bogotá, esto se dio a conocer desde algunos planes de estudios en diferentes paginas institucionales como primer acercamiento para la investigación. Como paso siguiente se seleccionaron las palabras claves que se usarían para buscar información y se inició con las palabras generales “Negocios Digitales universitarios” y “Modelos de negocios Digitales” para realizar el proceso de la revisión, estas palabras claves fueron propuestas por los autores y logro tener un buen resultado, permitiendo obtener un primer listado de documentos viables. Se procedió a ampliar la búsqueda con criterios adicionales manejados en estos primeros documentos obtenidos y se fueron anexando términos como “Transformación digital”, “Emprendimiento digital” y “Modelos Digitales Empresariales”.

La búsqueda de información de las investigaciones encamina los documentos sobre los modelos de negocios digitales en las aulas de clase de algunas carreras universitarias, esto permite que el estudiante conozca las problemáticas reales de los diferentes sectores y así mismo logre dar soluciones por medio de creaciones de nuevas empresas desde el conocimiento teórico que obtienen en las clases. Sin embargo, poco se evidencia de ese aprendizaje en las universidades en carreras universitarias como un modelo de transformación e innovación en el entorno empresarial y el manejo teórico-práctico de la era digital en las nuevas empresas, esto

permitiría una nueva estrategia para crear emprendimientos y para actualizar las empresas ya creadas mejorando su entorno comercial y de divulgación.

El aporte de este conocimiento dentro de los entornos educativos permitirá un desarrollo de habilidades en donde se logre un beneficio al sector empresarial y social, dado que contribuye a muchos de los aportes laborales del país; El modelo de negocio es el alma del emprendimiento aportando valor a los clientes y generando una rentabilidad viable dentro de la empresa, por lo tanto, quien debe percibir y detectar las oportunidades para la creación de negocio es el sujeto, de allí que la educación o formación entregada a los nuevos profesionales debe incluir la retroalimentación que los emprendedores han brindado a manera de correctivos (Vargas y Uttermann, 2020).

La principal forma para hallar los documentos necesarios dentro de esta revisión sistemática fue por medio de una fórmula de ecuación booleana de búsqueda, la cual se manejó de la siguiente forma:

TITLE-ABS-KEY (" business model" OR "Digital" OR "digital entrepreneurship" OR "digital transformation") AND LIMIT-TO (PUBYEAR > 2018 AND PUBYEAR <2024) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA, "ADM") OR LIMIT-TO (SUBJAREA, "EMP") OR LIMIT-TO (SUBJAREA, "TEC") OR LIMIT-TO (SUBJAREA, "UNIV") OR LIMIT-TO (SUBJAREA, "DIG") AND "DIGITA\*" OR "MODEL\*" OR "UNIVERS\*" OR "EMPRES\*") AND (LANGUAGE, "Spanish")

Nota: Las abreviaturas utilizadas corresponden así: ADM: Administración, EMP: Empresa, DIG: Digital, UNIV: Universidad y TEC: Tecnología. Así mismo, las palabras dentro de la ecuación que llevan un asterisco (\*) al final, permiten que la búsqueda sea más amplia dentro de la

revisión sistemática. Ejemplo: DIGITA\* corresponde a Digital / Digitales / Digitals / Digitalización, entre otras.

## Búsqueda De Información

Luego de seleccionar las bases de datos que sean acordes a la investigación en curso y las palabras claves junto con la fórmula de ecuación de búsqueda, se definieron cada uno de los criterios de inclusión y los criterios de exclusión que simplificaron la cantidad de información recolectada y limitan los documentos dentro de un solo grupo de orientación. Los criterios se establecieron de la siguiente manera:

### Criterios de Inclusión

- Artículos de investigación encaminados en estudios básicos o aplicados
- Documentos publicados entre el 2018 hasta el 2024
- Artículos publicados en castellano
- Documentos cuya temática sea sobre modelo de negocio.
- Documentos en donde se maneje el contexto educativo y empresarial.
- Artículos que contemplen modelos de negocios en universidades.

### Criterios de exclusión

- Libros o capítulos de libro
- Artículo que manejen tipologías como artículos de revisión sistemática, artículos documentales, boletines informativos, cartillas, entre otros.
- Documentos publicados antes y durante el 2017
- Documentos publicados en otro idioma que no sea español
- Trabajos de grado pregrado, tesis de maestría y tesis doctorales
- Documentos que manejen educación secundaria

De acuerdo con la revisión sistemática que se llevó a cabo, se consideraron los criterios mencionados de inclusión y exclusión obteniendo así 252 Artículos recopilados, estos se dividen en 65 documentos en Redalyc, 108 documentos en Scielo y 79 documentos en Google Scholar; todos estos documentos hacen parte de los registros identificados de manera manual. Cabe resaltar que uno de los criterios de inclusión que se manejo es “documentos publicados en Castellano”, lo cual fue analizado durante la búsqueda en la base de datos de SCOPUS, dado que la mayoría de los documentos aparecen en inglés, pero fueron publicados en español esto genero una revisión más detallada al momento de analizar los documentos y ser descartados durante el proceso.

Como parte fundamental de la búsqueda de información, antes de proceder al análisis sistemático documental y así generar un filtro correcto, se procede a leer los títulos y así mismo se destacan los documentos que aportan a la temática inicial. Adicional, se descartaron varios documentos que se centraban en especificar el manejo del marketing digital, dado que esto es solo una de la herramienta utilizada de divulgación dentro de los modelos de negocios digitales y esto genera una confusión en el proceso.

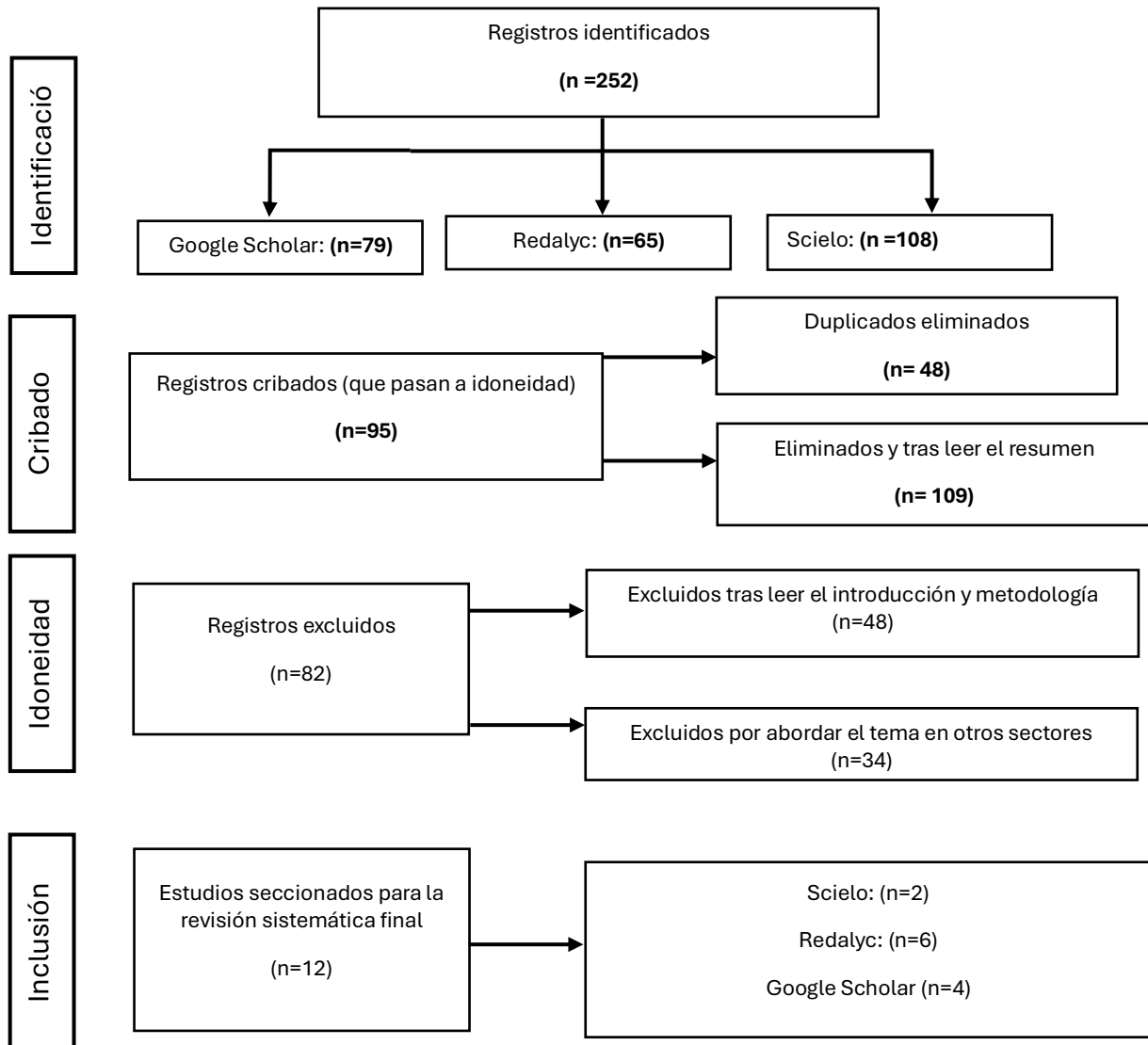
A partir de este análisis, se realiza un compilado completo de los documentos (252 artículos) que se abordan en la metodología PRISMA. Este compilado es manejado por medio de un diagrama de flujo de PRISMA en donde se realiza todo el filtro desde la identificación, cribado, idoneidad e inclusión de cada uno de los documentos preseleccionados, generando así una selección más detallada de los documentos necesarios para el análisis teórico del tema.

La revisión sistemática realizada de los documentos es manejada específicamente como búsqueda documental, esto recopila la información que

este publicada en bases de datos, esta aclaración se añade, dado que no se maneja una revisión narrativa.

**Gráfica 1.**

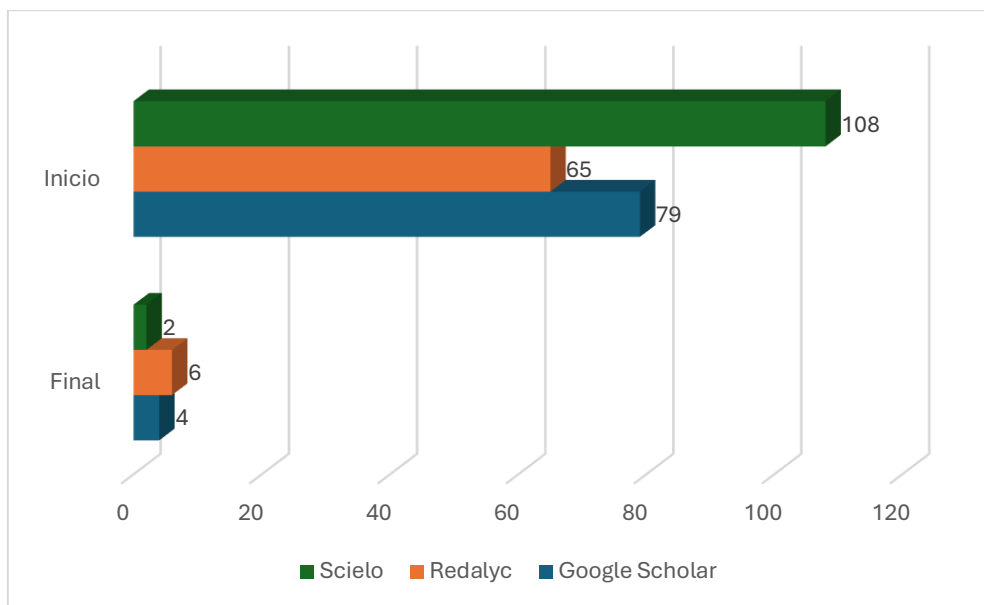
Diagrama de flujo PRISMA dividido en cuatro niveles



Fuente: Elaboración propia.

## Grafica 2.

Número de registros encontrados por bases de datos



Fuente: Elaboración propia.

Al finalizar la revisión de cada uno de los documentos, se culminó la búsqueda con 12 artículos finales que cumplieron con los criterios de inclusión y son un aporte considerable para el objetivo del tema, permitiendo un análisis más detallado de cada una de metodologías, objetivos y estudios de cada autor.

La revisión sistemática identificó una serie de documentos sobre modelos de negocios empresariales y educativos que están ganando interés en el mercado actual y que son relevantes para un aprendizaje en los estudiantes universitarios, estos serán descritos en la (tabla 1) y durante los resultados de la investigación, serán mencionados en el orden establecido e

indicando el número correspondiente de la siguiente manera: (13), estos artículos serán categorizados para una mayor comprensión del tema.

Los artículos mencionados en la (tabla 1) son destacados por su temática teórica en entornos educativos y por su temática en los negocios del mundo real y así lograr una apertura total de los temas que se pueden manejar dentro de las aulas de clase.

Tabla 1. Componentes y descripciones de los documentos finales para la revisión sistemática de literatura

No.	Fuente	Objetivo	Metodología	Resultados
1	Juca Maldonado, F. X., & Jaramillo Matute, D. G. (2019). La transformación digital adaptada al contexto universitario para su inclusión en los nuevos modelos de negocio y reducción del impacto medioambiental. Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas, 2(2), 200-203.	La forma en la que se hace negocios a cambiado en este nuevo siglo, tanto usuarios como productos y servicios requieren un nuevo enfoque al brindarlos como al consumirlos por lo cual es importante que dentro del proceso educativo sea visible e inclusivo este cambio en los modelos de negocio y crear una conciencia medioambiental que permita aprovechar los recursos económicos, humanos y ambientales	Exponer este nuevo concepto y proceso, su objetivo e inclusión en el proceso universitario es el fin de la propuesta	Obteniendo como resultado el interés y la predisposición tanto de estudiantes como docentes, para lo cual se sugiere diferentes actividades para incluirla en el nuevo proceso educativo.
2	Núñez Rueda, SN, Zambrano Mantilla, AM, Palacio García, LA, & Maldonado Serrano, JF (2020). Juegos de negociación: estrategia para formación de competencias en ciudadanas en universitarios. Educación y Educadores, 23 (2), 291-308.	Formar integralmente en estas competencias surge el Taller juegos de negociación, en el que se propone una serie de retos que sitúan al estudiante como actor responsable de su aprendizaje al analizar y resolver problemas sociales	Evaluación cualitativa	El estudio muestra una incidencia positiva del Taller juegos de negociación en la formación de competencias como el multiperspectivismo y el pensamiento sistémico.

3	<p>Rengifo Carpintero, JA, (2018). Una singularidad desencarnada: el problema de la enseñanza en la era digital. <i>Pedagogía y Saberes</i>, (49), 213-223.</p>	<p>Aquí se expone la caducidad del maestro en cuanto significativo gráfico carente de significado contextual, poseedor de un discurso que hoy aparece, ante la singularidad narrativa del escolar, como esencialmente trivial, porque no le dice nada valioso. Ello tiene una explicación muy sencilla: la vida de la singularidad escolar emerge ante un mundo digital como dinámica, fluida, móvil e interactiva, lo que aniquila de raíz la palabra superflua del educador e instituye un proceso de aprendizaje continuo: la ligereza de los contenidos digitales a través de los dispositivos móviles e interactivos</p>	<p>Ejercicio de reflexión que indaga, de un modo crítico, por la práctica académica del educador, sus esfuerzos por enseñar en la era digital y la imposibilidad de tal empresa</p>	<p>Muestra una posible salida a esta cuestión, de la mano de un concepto que sirve para alimentar la esperanza, un proceso de formación al que se denomina "reconstrucción de la praxis formativa en una espiral de fuga".</p>
4	<p>Ríos-Sánchez, A., Álvarez-Mejía, M. L., &amp; Torres-Hernández, F. A. (2018). COMPETENCIAS DIGITALES: UNA MIRADA DESDE SUS CRITERIOS VALORATIVOS EN TORNO A LOS ESTILOS DE APRENDIZAJE. <i>Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (Colombia)</i>, 14(2), 56-78.</p>	<p>Estructurar contenidos criterios para la valoración del nivel de desempeño de la competencia digital, basado en el diseño de actividades por estilos de aprendizaje en estudiantes de primer semestre de la Universidad de Caldas y la Universidad Nacional sede Manizales</p>	<p>Análisis de contexto y la aplicación del Cuestionario Honey-Alonso de Estilos de Aprendizaje se implementaron estrategias para el fortalecimiento de dichas competencias a partir de una cartilla digital que contiene diversas actividades identificadas por el método de análisis multivariante.</p>	<p>La superación de la unidimensionalidad por la tridimensionalidad es considerada como un desplazamiento metodológico que está ontológicamente muy relacionado con la misma competencia al vincular tecnologías, habilidades y formación.</p>
5	<p>Matt, C., (2020). Algunas observaciones sobre los desafíos de la transformación digital en el sector empresarial. <i>Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad</i>, 12 (23), 7-10.</p>	<p>Retener ciertos datos también impide la comprensión general del objeto de investigación. Otro desafío clave en términos de colaboración es a menudo la creación de una línea de tiempo común</p>	<p>Enfoque aplicado y exploratorio</p>	<p>Los estudios exploratorios en pequeña escala son particularmente adecuados para las nuevas esferas de investigación, los estudios cuantitativos en gran escala podrían ser una buena oportunidad para verificar la posibilidad de</p>

			generalizar la promesa de los resultados iniciales.
6	Campos-Sánchez, S. T., Cedeño-Palacios, C. A., Palma-García, Y. V., & Campos-Sánchez, V. S. (2021). Los negocios digitales y su importancia en la era actual. Dominio De Las Ciencias, 7(1), 1029–1043.	Analizar la importancia de los negocios digitales en la actualidad, así como el proceso de transformación de los negocios tradicionales en negocios digitales.	La investigación fue documental de tipo descriptiva con un alcance exploratorio
7	Loayza Cabrera, B. A., Paredes Lombeyda, C. O., Ortega Rodríguez, J. A., & Lozano Gómez, N. M. (2020). Marketing digital, una herramienta para el emprendimiento de estudiantes universitarios. REVISTA ERUDITUS, 1(3), 21–32.	La investigación muestra un análisis de la utilización de herramientas digitales por emprendedores, espositaria decisiva para quienes desean desarrollar su negocio, basado en las técnicas aplicadas en el aula de clases.	La investigación es de tipo descriptiva, se aplicó una encuesta a 61 emprendedores que posteriormente fue analizada mediante el método estadístico
8	Moreno-Unibio, C. A. (2023). Panorama, 17 (32), 278-304. DESARROLLANDO LA COMPETENCIA DE LA INNOVACIÓN EN JÓVENES UNIVERSITARIOS USANDO JUEGOS SERIOS DIGITALES PARA EL DESCUBRIMIENTO DE IDEAS DE NEGOCIO.	validar cómo el uso de juegos digitales formativos (juegos serios), puede desarrollar en los jóvenes universitarios las habilidades del ADN del innovador, siendo estas una necesidad global para las economías y el emprendimiento.	Método mixto de observación, aplicando a un grupo de participantes encuestas cuantitativas y cualitativas, con el objeto de conocer las historias de usuario y de recolectar datos antes y después de la interacción con un prototipo
			Se evidencia que un mayor porcentaje de los encuestados tiene conocimiento en el marketing digital y que el uso de estas estrategias ha beneficiado su emprendimiento e incrementado sus ventas. A su vez, se reitera que las redes sociales siguen siendo el medio digital principal para publicitar
			Los resultados mostraron que los participantes realizaron acciones que pueden involucrar y desarrollar las habilidades del innovador, sin embargo, no son concluyentes. En trabajos similares se ha podido validar el desarrollo de habilidades en los campos de observación,

				asociación y experimentación. Involucrar los juegos serios para el desarrollo de estas habilidades todavía es un campo amplio para la investigación.
9	Cueva Gaibor, Diego Abraham. (2020). Transformación digital en la universidad actual. Conrado, 16(77), 483-489.	Valorar desde una perspectiva holística como ha sido esa transformación en el ámbito universitario latinoamericano.	El método análisis de documentos, para valorar a profundidad el tema.	Se debe potenciar una educación más fluida y flexible para que se adapte mejor a las diversas necesidades, la rigidez actual de las estructuras universitaria en algunos casos no favorece una educación adecuada.
10	Peralta Zambrano, J. R., Zambrano Ramírez, M. E., & Zambrano Farías, J. I. (2024). COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DIGITALES EN LA ENSEÑANZA APRENDIZAJE DE DOCENTES Y ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS. Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria De Ciencias Contables, Auditoría Y Tributación: CORPORATUM 360 - ISSN: 2737-6443., 7(13), 164-179.	El presente estudio explora la relación de las habilidades emprendedoras digitales en estudiantes y profesores de la Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López (ESPAM MFL)	Se empleó un enfoque cuantitativo, con un alcance correlacional y transversal.	Entre los resultados obtenidos se observó una confiabilidad del instrumento de 0,91, identificándolo en el rango de excelente. Además, estos datos, revelan que las medias de las competencias emprendedoras digitales de los estudiantes y profesores no presentan diferencias significativas.
11	Deveaux Luciano, H., & Cuevas Gómez, M. E. (2024). Instagram en el Desafío de Emprendedores Universitarios Durante el Covid . Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 7(6), 5709-5724.	Analizar la efectividad de la red social Instagram en el marketing digital que utilizaron los emprendedores de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco durante la pandemia de Covid 19 y describir la tipología visual publicitaria a través de las tecnologías	Estudio transversal no experimental con metodología cuantitativa al aplicar encuestas de 16 ítems a través de un grupo de universitarios integrantes de la comisión institucional de emprendedores	Los resultados obtenidos se revelan que los emprendedores no aplican todas las herramientas de esa red social a pesar de los beneficios que se reconocen como superiores sobre otros espacios virtuales.

12

Navarro del Toro, Guillermo José. (2022). El paradigma del marketing digital en la academia, el emprendimiento universitario y las empresas establecidas. RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, 13(25), e045.

Desarrollar un módulo de especialidad de marketing digital que permita cambiar el paradigma académico-empresarial del egresado del Centro Universitario de los Altos (CUA) del área de las ciencias económico-administrativas a nivel licenciatura, posgrados y especialidades.

El módulo pretende instruir al estudiante en lo último del marketing digital. Como parte de ello, se aplicaron dos encuestas a los docentes de dicho centro para conocer la viabilidad y disposición para participar de este módulo

Entre los resultados se descubrió que especialistas investigadores del marketing que se desempeñan como docentes en el CUA están dispuestos a capacitar a otros docentes y estudiantes del sistema de la Universidad de Guadalajara, así como a asesorar estudiantes en sus emprendimientos para que puedan aplicar diferentes componentes de este rubro.

*Fuente: Elaboración propia de acuerdo con los registros seleccionados de acuerdo con el método PRISMA.*

## Resultados

Los modelos de negocios digitales ofrecen a los estudiantes universitarios un campo estructurado para explorar y comprender cómo la tecnología digital de la nueva era está transformando la forma en que operan todas las empresas en la actualidad, desde su punto de vista individual y global. Tal como lo indican los autores del artículo denominado Los negocios digitales y su importancia en la era actual del año 2021 “Lo que es más

importante desde la perspectiva del entorno de los negocios digitales son las relaciones entre las diferentes entidades de los negocios digitales” (Campos et al., 2021, p, 6), esto logra no solo impulsar al estudiante en su aprendizaje, sino que también a motivar e impulsar su emprendimiento. Siguiendo bien, con la educación, estos modelos no solo brindan la oportunidad de analizar una mejora sistemática y digital en los entornos educativos, si no que permiten estudiar casos de éxito y fracasos en el mundo empresarial digital, adicional, les permite también diseñar y probar sus propias ideas innovadoras (n: 12) 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12.

El análisis de la revisión sistemática realizada durante esta investigación, revelo diferentes categorías en grupos de dos o tres documentos que destacan el impacto de los modelos de negocios digitales en la enseñanza y el aprendizaje, permitiendo alcanzar el objetivo y brindar una solución coherente a la problemática, esto agrupando las ideas de los autores y sus escritos, analizando sus puntos de vista y su forma de ver el mundo empresarial desde la educación. Una de las primeras categorías de convergencia abordadas es la Transformación digital en la educación superior (2) (1,9) Encaminadas por los autores Juca Maldonado Jaramillo Matute (2019) y Cueva Gaibor (2020), quienes destacan la necesidad de adaptar la enseñanza a los modelos de negocios actuales para la inclusión en la academia y la contribución a la sostenibilidad. De manera complementaria, examinan la transformación digital en las universidades, enfatizando la importancia de su implementación en la actualidad.

La segunda categoría abordada se centra en el Desarrollo de competencias digitales y emprendedoras en el contexto universitario (2) (4,10) en donde los autores Ríos Sánchez, Álvarez Mejía y Torres Hernández (2018) y Peralta Zambrano, Zambrano Ramírez y Zambrano Farias (2024) mencionan dos puntos importantes de las competencias digitales. La primera es, desde

una perspectiva valorativa, se exploren las competencias digitales relacionándose con los estilos de aprendizaje y el segundo punto parte de que analizan la enseñanza de competencias emprendedoras digitales tanto en docentes como en estudiantes, lo que refuerza la importancia de la capacitación en habilidades digitales en el entorno académico actual.

Considerando lo anteriormente mencionado, podemos incluir las estrategias pedagógicas innovadoras desde los juegos de negociación y los juegos serios digitales estos surgen como herramienta para el desarrollo de competencias en los estudiantes (2) (2,8), así se destacan como los juegos de negociación pueden contribuir a la formación de competencias ciudadanas en universitarios (Núñez et al., 2020). Así mismo, el estudio realizado por Moreno Unibio (2023) aborda el uso de juegos serios digitales como métodos para fomentar la innovación y el descubrimiento de ideas de negocios entre estudiantes universitarios.

Como tercera categoría dentro de la revisión de literatura, se centró en el estudio enfocado en el Marketing digital y su papel en la enseñanza del emprendimiento universitario (2) (7,12), se amplía este análisis en el paradigma del marketing digital en la academia y el impacto que tiene en el emprendimiento universitario y en las empresas establecidas (Navarro del Toro, 2022). Adicional a esto, (Loaiza et al., 2020) afirma que “Para alcanzar buenos resultados se requiere el involucramiento de todas las herramientas que este brinda, sumado a la innovación y diferenciadores o valor agregado que los diferentes emprendimientos puedan otorgar al cliente final” (p. 30) aportando desde el marketing digital a los emprendimientos de los estudiantes universitarios.

La relevancia de los negocios digitales en el contexto actual es un punto en común en diversos estudios (2) (5,6), es por ello que Campos Sánchez, Cedeño Palacios, Palma García y Campos Sánchez (2021) resaltan

la importancia de los negocios digitales en la actualidad y en la era digital. Algo similar indica Matt (2020) (5) el cual reflexiona sobre los desafíos de la transformación digital en el sector empresarial, lo que permite tener una relación más cercana entre el mercado digital y la educación universitaria.

El aprendizaje en el aula dentro del contexto de la transformación digital y los modelos de negocios digitales es el otro aspectos abordado en la revisión sistemática (2) (3,11), en la cual , Rengifo Carpintero (2018) reflexiona sobre los desafíos de la enseñanza en el mundo y todo lo que aborda la era digital, señalando la necesidad de replantear los enfoques pedagógicos convencionales y adaptarlos a las nuevas dinámicas tecnológicas, en el cual se aborden los aprendizajes de herramientas digitales, metodologías innovadoras y plataformas interactivas dentro de una estrategia clave para mejorar la enseñanza y el aprendizaje de los estudiantes universitarios.

Ahora bien, si nos redireccionamos dentro de la transformación digital y nos centramos en el impacto de las redes sociales como Instagram y Facebook en el proceso de enseñanza y aprendizaje, se logrará un mejor aprendizaje y mayor cobertura dentro del entorno empresarial. Cuevas y Deveaux (2024) destacan el uso de estas redes social en el desafío de emprendedores universitarios durante la pandemia del COVID-19; Siendo una de las mejores opciones de divulgación comercial durante esa época y siendo potencializada en ese lapso dentro de las aulas de clase, dado que, esto subrayó la importancia de integrar estas herramientas digitales en los estudiantes como recurso didáctico para potenciar la formación académica – emprendedora en un entorno más digitalizado después de la Pandemia.

Algo importante que mencionar, es que el manejo que tienen los docentes con respecto a las TIC para este tipo de enseñanza en el aula, debido a que se encaminan los saberes del docente y la visión de aprendizaje que tiene el estudiante. Para esto, es importante que los centros educativos

incorporen procesos de formación para los docentes con respecto a las múltiples tecnologías y al manejo de estas dentro del sector educativo y los demás sectores, es así por lo que una de las acciones principales de la Gestión Educativa radica en incorporar procesos de formación docente en el manejo de las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), favoreciendo el ejercicio de la profesión en una sociedad caracterizada por su flexibilidad y continua transformación, Colorado Guarnizo y Tamayo Arismendi (2024).

La intersección entre los modelos de negocios digitales, la transformación digital y la enseñanza en el aula ha sido ampliamente abordado en la revisión sistemática, reflejando la diversidad de perspectivas y enfoques que logran evidenciar la necesidad de integrar herramientas digitales e innovadoras en la universidad. Es por ello, que la revisión literaria de los documentos (12)1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12 destacan la interconexión entre la transformación digital, los modelos de negocios digitales y la educación universitaria, enfocándolos en un solo caminos del quehacer y logrando así evidenciar la importancia que tiene el manejo de las herramientas digitales actuales con la innovación, y así potenciar el aprendizaje, el emprendimiento y el desarrollo tecnológico que está abarcando muchas de las competencias dentro del mundo universitario y el mundo real.

## Conclusiones

Los modelos de negocios digitales para estudiantes universitarios abordados en este artículo se orientan por dos caminos, uno es el aprendizaje empresarial y otro el aprendizaje educativo, en donde se logró evidenciar un modelo de negocio tradicional y digital manejado por empresarios que se asesoran por terceros o que son manejados por medio de improvisación por parte de los mismos emprendedores, corriendo riesgos y cumpliendo metas propuestas destinadas en su equipo de trabajo o en su empresa. Por otro lado,

el entorno educativo tiene un gran vacío con el manejo de las tecnologías como parte de aprendizaje en aulas de clase, dado que muchas de las aplicaciones, redes sociales, herramientas, entre otras, son manejadas de manera errónea o con otros fines, lo que lleva a un aumento incorrecto de las diferentes plataformas.

De los 12 artículos analizados (1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12), destacan que estos modelos no solo representan una tendencia moderna en el ámbito empresarial, sino que también son cruciales para la formación académica de los futuros líderes empresariales. Los modelos digitales, con su enfoque en la integración de tecnologías emergentes y estrategias innovadoras, proporcionan a los estudiantes herramientas esenciales cada vez más innovadoras para comprender y adaptarse a un entorno empresarial en constante evolución.

Esta revisión sistemática subraya la importancia de conocer las diferentes temáticas que enmarcan a los modelos de negocios digitales, como lo son los aspectos financieros, manejo de plataformas, emprendimiento digital, valor agregado, recursos y avances tecnológicos, entre otros; Dado que si se incorporan estos saberes dentro de las aulas de clase de las diferentes carreras universitarias, no solo se tendrá una visión panorámica de emprendedor / empleado, sino que también se observaran las necesidades comerciales que se tienen desde un punto de vista educativo y no solo empresarial, esto podría mejorar el aprendizaje con respecto a las nuevas tecnologías e implementar nuevos negocios digitales sin riesgo al fracaso.

El entorno empresarial se encuentra cada vez más influenciado por la transformación digital, es esencial que los estudiantes universitarios comprendan las dinámicas y las herramientas que definen este nuevo proceso. Después de todo, los modelos de negocios digitales no solo representan una tendencia emergente, sino que se han convertido en la norma para una amplia

gama de empresas durante los últimos años y es por esto por lo que la capacidad para adaptarse a estos modelos y utilizarlos eficazmente puede ser un diferenciador clave para los estudiantes durante su etapa práctica.

Para concluir este estudio, se tiene la opción viable de acoplar estos resultados de los autores dentro de un documento educativo en las diferentes carreras universitarias, en los cuales se logre manejar estudios, perspectivas, puntos de vista, casos exitosos, fracasos más conocidos, entre otros, que se pueda manejar dentro de las aulas de clase como ejemplos de vida reales, esto genera un conocimiento más analítico por parte de cada uno de los estudiantes y así despertar un pensamiento crítico con respecto a los usos de los modelos de negocios digitales para los diferentes sectores económicos, en donde los estudiantes son participes directos y aportando mejoras al mundo real.

Como parte de discusión de la investigación incluimos estudios sobre modelos de digitales en la formación académica profesional esto enmarcaría fortalezas y debilidades dentro del mejoramiento continuo de la economía del país, esto permite a los estudiantes desarrollar habilidades prácticas y teóricas que los preparan para enfrentar los desafíos del mercado digital como parte de una fortaleza dentro de los sectores económicos. Como parte de una debilidad de este estudio, se encuentra el poco manejo del tema después de la pandemia del COVID-19, debido a que este acontecimiento logro avanzar con más rapidez este tipo de modelos de negocio, impulsando la virtualidad y lo digital de manera precisa.

Los conocimientos adquiridos sobre cómo implementar estrategias digitales, gestionar plataformas en línea y analizar datos de clientes les proporcionan una ventaja competitiva significativa, además de entender cómo los modelos digitales pueden transformar los procesos tradicionales de negocios, ayudando a los estudiantes a innovar y adaptarse rápidamente a

cambios tecnológicos y a las expectativas del mercado, esto en vista de las actualizaciones tecnológicas que estamos viviendo hoy en día y la velocidad con la que se está manejando.

La revisión sistemática tuvo una limitación importante al momento de recopilar la información necesaria para el estudio, dado que este tipo de temas es manejado dentro del ámbito empresarial (empresas, compañías, industrias, entre otras) y se encuentra poca información con respecto a los modelos de negocios digitales como método de aprendizaje para los estudiantes universitarios. La mayoría de los documentos están encaminados a las empresas del sector económico y empresarial ya constituidas o en manejo de microempresarios dispuestos a consolidar su empresa y ser competitivo en el mercado de forma digital, sin aprendizajes previos, teóricos o de algún estudio.

Una segunda limitación encontrada para el estudio es el manejo de los modelos de negocios digitales en la educación superior, puesto que muy pocos documentos se enfocan en este tema de manera educativa, como asignatura propia del programa, muchos documentos se centran en la viabilidad de consultorios empresariales, prácticas empresariales y creación de ideas de negocio; aunque están centrados en el sector educativo, están encaminados al saber hacer (empleados). Por lo tanto, muchos documentos durante el proceso de la revisión de literatura se centraban en el desarrollo de estos modelos dentro del sector empresarial y económico.

En definitiva, la integración de estos estudios en el currículo académico no solo fortalece la capacidad de los futuros profesionales para diseñar y gestionar estrategias empresariales efectivas en la era digital, sino que también les capacita para liderar la transformación dentro de sus organizaciones. La educación en modelos digitales contribuye a formar líderes empresariales desde el entorno educativo que no solo responden a los cambios tecnológicos, sino que también anticipan y aprovechan las

oportunidades emergentes, asegurando así una ventaja sostenida en un entorno empresarial competitivo y en constante evolución.

## Referencias

- Benet Rodríguez, M., Zafra, S. L., & Quintero Ortega, S.P. (2015). La revisión sistemática de la literatura científica y la necesidad de visualizar los resultados de las investigaciones. *Revista Logos, Ciencia & Tecnología*, 7 (1), 101-103.
- Campos-Sánchez, S. T., Cedeño-Palacios, C. A., Palma-García, Y. V., & Campos-Sánchez, V. S. (2021). Los negocios digitales y su importancia en la era actual. *Dominio De Las Ciencias*, 7(1), 1029–1043. <https://doi.org/10.23857/dc.v7i1.1755>
- Colorado, P. A. & Tamayo, D. A. (2024). Formación docente en TIC, un desafío para la gestión educativa. *Vía Innova*, 11 (1), 111-131. <https://doi.org/10.23850/2422068X.6833>
- Cueva Gaibor, Diego Abraham. (2020). Transformación digital en la universidad actual. *Conrado*, 16(77), 483-489. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1990-86442020000600483&lng=es&tlng=en](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000600483&lng=es&tlng=en)
- Deveaux Luciano, H., & Cuevas Gómez, M. E. (2024). Instagram en el Desafío de Emprendedores Universitarios Durante el Covid . *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(6), 5709-5724. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v7i6.9112](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i6.9112)
- Juca M. F. X., & Jaramillo Matute, D. G. (2019). La transformación digital adaptada al contexto universitario para su inclusión en los nuevos

modelos de negocio y reducción del impacto medioambiental. Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas, 2(2), 200-203

Loayza Cabrera, B. A., Paredes Lombeyda, C. O., Ortega Rodríguez, J. A., & Lozano Gómez, N. M. (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>

Los Negocios Digitales y su importancia en la actualidad, por Pablo Henríquez y Jonathan Frez. (Dakota del Norte). Facultad de Administración y Economía UDP - Universidad Diego Portales. Recuperado el 20 de abril de 2024, de <https://administracionyeconomia.udp.cl/2022/07/20/los-negocios-digitales-y-su-importancia-en-la-actualidad-por-pablo-henriquez-y-jonathan-frez/>

Matt, C., (2020). Algunas observaciones sobre los desafíos de la investigación de la transformación digital en el sector empresarial. Trilogía Ciencia Tecnología Sociedad, 12 (23), 7-10. <https://doi.org/10.22430/21457778.1708>

Moreno-Unibio, C. A. (2023). Panorama, 17(32), 278-304. DESARROLLANDO LA COMPETENCIA DE LA INNOVACIÓN EN JÓVENES UNIVERSITARIOS USANDO JUEGOS SERIOS DIGITALES PARA EL DESCUBRIMIENTO DE IDEAS DE NEGOCIO. <https://doi.org/10.15765/pnrm.v17i32.3781>

Navarro del Toro, Guillermo José. (2022). El paradigma del marketing digital en la academia, el emprendimiento universitario y las empresas establecidas. RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, 13(25), e045. <https://doi.org/10.23913/ride.v13i25.1321>

Núñez López, S., Avila-Palet, J., & Olivares-Olivares, S. (2017). El desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes universitarios por medio del Aprendizaje Basado en Problemas. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, VIII(23), 84-103.

Núñez Rueda, SN, Zambrano Mantilla, AM, Palacio García, LA, & Maldonado Serrano, JF (2020). Juegos de negociación: estrategia para formación de competencias ciudadanas en universitarios. *Educación y Educadores*, 23 (2), 291-308. <https://doi.org/10.5294/edu.2020.23.2.7>

Pagani, RN, Kovaleski, JL y Resende, LM. Methodi Ordinatio: una metodología propuesta para seleccionar y clasificar artículos científicos relevantes, considerando el factor de impacto, el número de citas y el año de publicación. *Scientometrics* 105 , 2109–2135 (2015). <https://doi.org/10.1007/s11192-015-1744-x>

Peralta Zambrano, J. R. ., Zambrano Ramírez, M. E., & Zambrano Farías, J. I. (2024). COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DIGITALES EN LA ENSEÑANZA APRENDIZAJE DE DOCENTES Y ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria De Ciencias Contables, Auditoría Y Tributación: CORPORATUM 360 - ISSN: 2737-6443.*, 7(13), 164–179. <https://doi.org/10.56124/corporatum-360.v7i13.009>

Rengifo Carpintero, John Alexis. (2018). Una singularidad desencarnada: el problema de la enseñanza en la era digital. *Pedagogía y Saberes*, (49), 213-223. Recuperado en 12 de octubre de 2024, de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0121-24942018000200213&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-24942018000200213&lng=es&tlng=es).

- Ríos-Sánchez, A., Álvarez-Mejía, M. L., & Torres-Hernández, F. A. (2018). COMPETENCIAS DIGITALES: UNA MIRADA DESDE SUS CRITERIOS VALORATIVOS EN TORNO A LOS ESTILOS DE APRENDIZAJE. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (Colombia)*, 14(2), 56-78. <https://doi.org/10.17151/rlee.2018.14.2.4>
- Robayo Acuña, P.V, (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7 (16), 125-140. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>
- Sánchez-Serrano, S., Pedraza-Navarro, I. y Donoso-González, M. (2022). ¿Cómo hacer una revisión sistemática siguiendo el protocolo PRISMA? Usos y estrategias fundamentales para su aplicación en el ámbito educativo a través de un caso práctico. *Bordón, Revista de Pedagogía*, 74(3), 51-66. <https://doi.org/10.13042/Bordon.2022.95090>
- Suarez,W.Y. & Forero, O. (2024). Educación administrativa y financiera en educación básica secundaria: una revisión sistemática de literatura 2016–2023, *ELCONUCO: (investigación, economía y sociedad)*, 6(1), pp. 1–12. DOI: <https://doi.org/10.22579/2619-614X.1066>
- Suárez-Villaizón, W. Y., & Colorado Guarnizo, P. A. (2025). Contribución cultural y turística en museos de Bogotá – un análisis comparativo cultural and tourist contribution in museums in Bogotá - a comparative analysis. *REVISTA INNOVA ITFIP*, 16(1), 109–126. <https://doi.org/10.54198/innova16.07>
- Vargas Valdiviezo, M. A., & Uttermann Gallardo, R. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(90), 709-720. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i90.33029>