

IA y emprendimientos: un enfoque empresarial

| AI and Entrepreneurship: A Business-Oriented Approach

*John Edison García Peñaloza**

*Johanna Luceni Loaiza Vera***

*José Eustasio Rivera Montes****

*Norma Constanza García Peñaloza*****

* Doctor en Administración Gerencial. Corporación Unificada Nacional de Educación Superior - CUN. Correo electrónico: john_garciape@cun.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-3788-0411>

** Magíster en Administración de Organizaciones. Universidad Nacional Abierta y a Distancia. Correo electrónico: jloaizave@unadvirtual.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0009-0007-9398-7842>.

*** Especialista en Gobierno y Gerencia Pública. Universidad Surcolombiana. Correo electrónico: joseeustaciorivera@gmail.com. Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-8696-2645>.

**** Especialista en Gerencia de la Marca. Corporación Unificada Nacional de Educación Superior – CUN. Correo electrónico: norma.garciap@cun.edu.co. Orcid: <https://orcid.org/0009-0003-8504-6189>.

Resumen

La inteligencia artificial (IA) ha emergido como un factor disruptivo en el ecosistema empresarial, que redefine los modelos de negocio, la creación de valor y la competitividad en los emprendimientos. Este capítulo aborda la intersección entre IA y emprendimiento desde una perspectiva multidimensional que integra paradigmas científicos, tecnológicos, económicos y socioculturales para ofrecer un análisis riguroso y aplicable. El propósito central es examinar cómo la IA transforma los emprendimientos e identificar oportunidades, desafíos y estrategias para su adopción efectiva en contextos empresariales. Se busca proporcionar un marco conceptual y práctico que permita a emprendedores y gestores tomar decisiones informadas en un entorno digital en constante evolución. El enfoque se sustenta en una revisión crítica de literatura académica, estudios de caso y análisis de tendencias globales, y combina la teoría económica con aplicaciones empresariales reales. Se emplea un método argumentativo que vincula la innovación tecnológica con la viabilidad comercial. La IA optimiza procesos y genera nuevos paradigmas en la creación de empresas, desde *startups* basadas en datos hasta modelos de negocio escalables mediante algoritmos. Su implementación exige superar barreras técnicas, éticas y regulatorias. El éxito de los emprendimientos en la era de la IA depende de una integración estratégica que equilibre innovación, sostenibilidad y adaptación sociocultural.

Palabras clave: disrupción tecnológica, emprendimientos, innovación, inteligencia artificial, modelos de negocio, transformación digital.

Abstract

Artificial intelligence (AI) has emerged as a disruptive force within the business ecosystem, redefining business models, value creation, and competitiveness in entrepreneurial ventures. This chapter examines the intersection between AI and entrepreneurship from a multidimensional perspective that integrates scientific, technological, economic, and sociocultural paradigms in order to provide a rigorous and applicable analysis. Its central purpose is to explore how AI transforms entrepreneurial activity and to identify opportunities, challenges, and strategies for its effective adoption in business contexts. The chapter seeks to offer both a conceptual and practical framework enabling entrepreneurs and managers to make informed decisions in a constantly evolving digital environment. The analysis is grounded in a critical review of academic literature, case studies, and global trend assessments, combining economic theory with real-world business

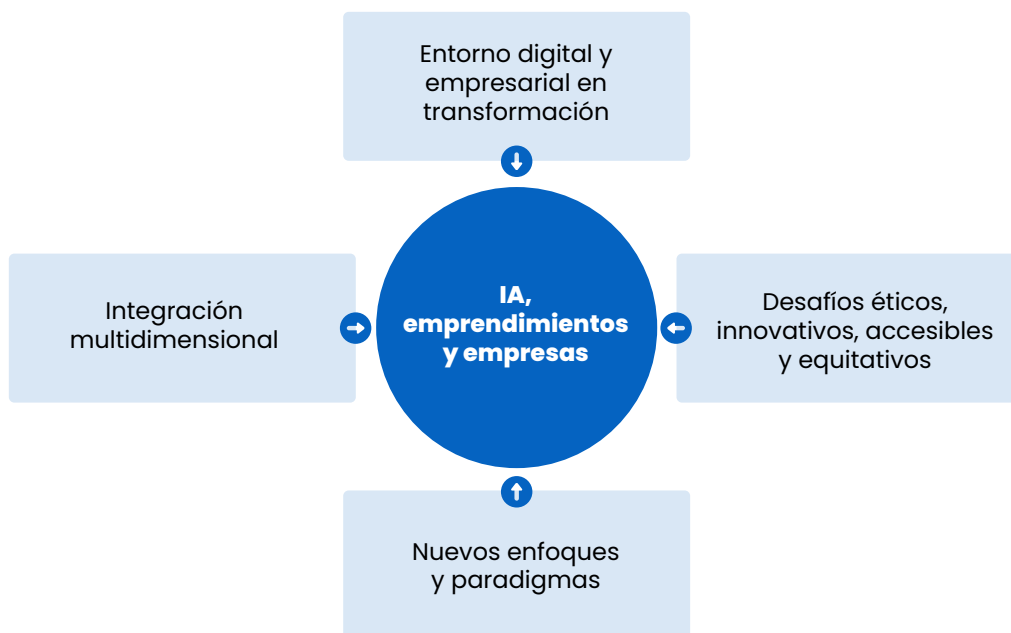
applications. An argumentative approach is employed to link technological innovation with commercial viability. AI not only optimizes processes but also generates new paradigms in venture creation, ranging from data-driven startups to algorithm-enabled scalable business models. However, its implementation requires overcoming technical, ethical, and regulatory barriers. The success of entrepreneurial initiatives in the age of AI depends on strategic integration that balances innovation, sustainability, and sociocultural adaptation.

Keywords: artificial intelligence, business models, digital transformation, entrepreneurship, innovation, technological disruption.

Introducción

La inteligencia artificial ha dejado de ser una promesa futurista para convertirse en un elemento central en la evolución de los emprendimientos modernos. Su impacto no se limita a la optimización de procesos o la reducción de costos, sino que redefine la manera en que se conciben, desarrollan y escalan los negocios. Este fenómeno exige un análisis profundo desde una perspectiva empresarial, donde la tecnología no es un fin en sí misma, sino un medio para generar valor competitivo en un mercado cada vez más dinámico y exigente (Debortoli y Brignole, 2024) (figura 1).

Figura 1. Interrelación de componentes



Desde un punto de vista económico, la IA introduce cambios estructurales en la producción, la distribución y el consumo (Carman y Anderson, 2023).

Los emprendimientos que logran integrarla de manera estratégica no solo mejoran su eficiencia operativa, sino que descubren nuevas fuentes de ingresos, mercados inexplorados y formas innovadoras de interactuar con los clientes. Esta transformación no ocurre en un vacío tecnológico (Saleh y Drouillon, 2025). Está condicionada por paradigmas científicos que determinan qué es posible, por marcos regulatorios que establecen qué está permitido y por dinámicas socioculturales que definen qué es aceptable.

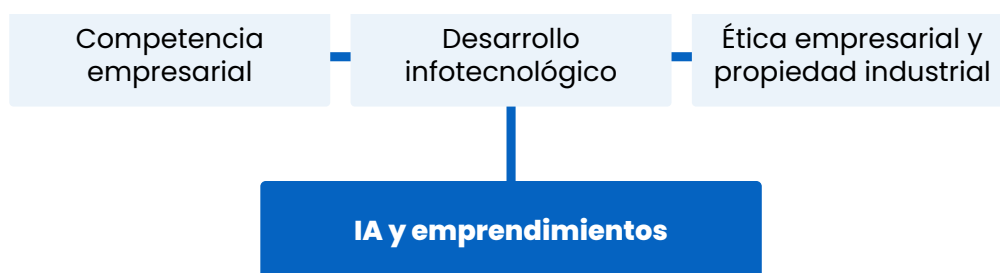
En el ámbito científico y tecnológico, los avances en *machine learning*, procesamiento de lenguaje natural y visión por computadora han ampliado las fronteras de lo que un emprendimiento puede lograr (Sjödin *et al.*, 2023). Pero estos desarrollos no son accesibles de igual manera para todos. La brecha digital, la disponibilidad de talento especializado y los costos asociados a la implementación generan asimetrías que pueden profundizar las desigualdades en el ecosistema emprendedor. Por ello, el enfoque empresarial debe considerar tanto las oportunidades como las barreras que enfrentan las empresas, especialmente las de menor escala, al adoptar estas tecnologías (D'Costa *et al.*, 2025).

El componente sociocultural no puede subestimarse: la aceptación de la IA por parte de los consumidores, las preocupaciones éticas en torno a la privacidad y la automatización, así como el impacto en el empleo, son factores que influyen directamente en la viabilidad de los emprendimientos basados en esta tecnología. Un modelo de negocio que ignore estas dimensiones puede enfrentar resistencias que limiten su crecimiento o, incluso, provoquen su fracaso (Gómez-Cano *et al.*, 2024).

Este capítulo propone un recorrido analítico que vincula la teoría con la práctica y examina cómo la IA redefine los emprendimientos en un contexto empresarial real. No se trata de un estudio especulativo, sino de una reflexión fundamentada en las tendencias actuales, los desafíos concretos y las estrategias que han demostrado eficacia (D'Costa *et al.*, 2023). El objetivo es proporcionar a emprendedores, académicos y gestores un marco de referencia sólido para navegar en un escenario donde la innovación tecnológica y la visión de negocio deben avanzar en conjunto (Alka *et al.*, 2024). La inteligencia artificial no es una moda pasajera; es un elemento transformador que, entendido y aplicado correctamente, puede marcar la diferencia entre el éxito y la obsolescencia en el mundo empresarial del siglo XXI.

La adopción de la IA en los emprendimientos sugiere un replanteamiento fundamental sobre la naturaleza misma de la ventaja competitiva. Tradicionalmente, factores como el acceso a capital, la ubicación geográfica o las economías de escala determinaban el éxito de una empresa emergente. Hoy, la capacidad de procesar grandes volúmenes de datos, prever tendencias de mercado y personalizar ofertas en tiempo real redefine estos parámetros (Gupta *et al.*, 2024). Emprendimientos ágiles, con equipos reducidos pero altamente especializados, pueden ahora competir con corporaciones establecidas gracias a soluciones basadas en IA que les permiten operar con una precisión y velocidad antes inimaginables (Durant *et al.*, 2024). Esta democratización relativa de herramientas tecnológicas sofisticadas altera los equilibrios de poder en múltiples industrias, aunque, simultáneamente, crea nuevas dependencias hacia proveedores de plataformas y algoritmos patentados, tal como se aprecia en la figura 2.

Figura 2. IA en los emprendimientos



Un aspecto crítico que merece examen detallado es la relación entre IA y toma de decisiones empresariales. Los algoritmos predictivos no solo agilizan procesos operativos, sino que transforman la esencia misma del liderazgo emprendedor (Núñez-Barahona y Espinosa-Cristia, 2024). Donde antes primaban la intuición y la experiencia del fundador, ahora emergen modelos en los que las decisiones clave se derivan de análisis cuantitativos complejos. Este cambio genera tensiones fundamentales: ¿hasta qué punto debe cederse autonomía a sistemas automatizados en elecciones estratégicas? Casos paradigmáticos muestran que los emprendimientos más exitosos no son aquellos que automatizan indiscriminadamente, sino los que logran una simbiosis entre inteligencia humana y artificial; preservan el criterio empresarial para las decisiones de alto impacto, mientras delegan tareas repetitivas o análisis de patrones en los sistemas algorítmicos (Rezazadeh *et al.*, 2025).

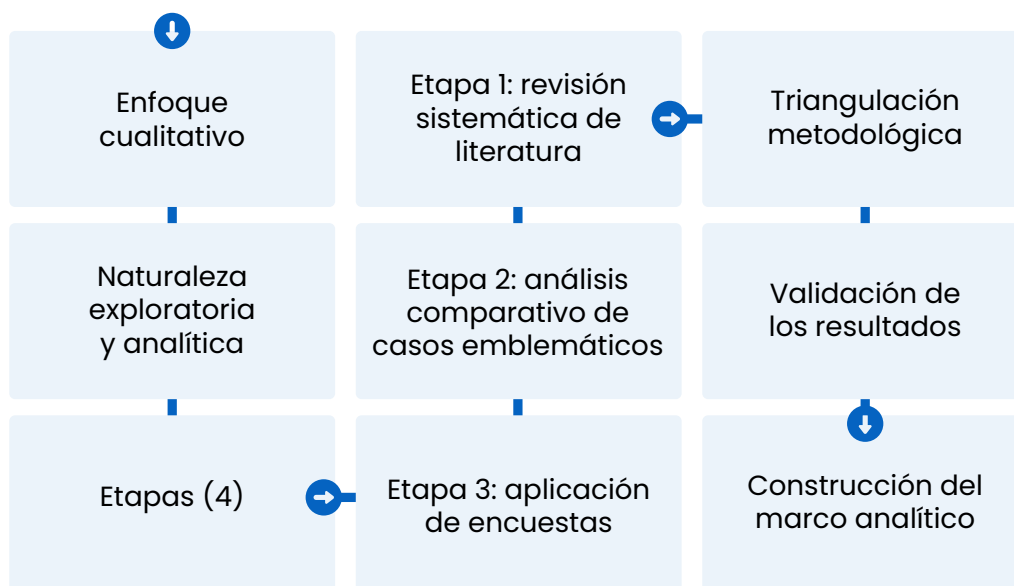
La escalabilidad de los emprendimientos impulsados por IA presenta características distintivas frente a modelos tradicionales. Mientras que en el pasado el crecimiento solía implicar incrementos proporcionales en costos fijos y estructura organizacional, las soluciones basadas en aprendizaje automático permiten expansiones casi exponenciales con márgenes operativos radicalmente diferentes (Imjai *et al.*, 2024). Esta particularidad da origen a una nueva generación de *emprendimientos exponenciales*, donde el valor no se construye mediante activos tangibles acumulativos, sino mediante redes neuronales que mejoran su precisión y alcance conforme aumenta su base de usuarios (Golledge *et al.*, 2025). No obstante, este aparente paraíso para el escalamiento rápido oculta desafíos complejos en términos de sostenibilidad a largo plazo, especialmente en lo referente al mantenimiento de la calidad, la privacidad de los datos y la adaptación continua a mercados en evolución.

La interacción entre IA y modelos organizacionales merece una reflexión profunda. Los emprendimientos que integran estas tecnologías tienden a desarrollar estructuras más planas y dinámicas, donde la automatización de tareas intermedias redefine los roles humanos hacia funciones creativas y de supervisión estratégica (Pérez y Sánchez, 2024). Este fenómeno genera una reconfiguración del capital humano en *startups*, con una demanda creciente de habilidades híbridas que combinen conocimiento técnico con visión empresarial. Paradójicamente, mientras la IA reduce la necesidad de ciertos puestos operativos, crea simultáneamente nuevas categorías profesionales especializadas en la interfaz entre tecnología y negocio (Gómez-Echeverry, 2024). La gestión efectiva de esta transición se convierte en un factor determinante para el éxito de los emprendimientos en la era digital, ya que requiere inversión no solo en tecnología, sino también en desarrollo organizacional y adaptación cultural.

Metodología

Este estudio se fundamenta en un enfoque cualitativo que busca comprender en profundidad cómo la inteligencia artificial transforma los emprendimientos desde una perspectiva empresarial. La naturaleza exploratoria y analítica de la investigación exige un método flexible que permita captar las complejidades del fenómeno en su contexto real, sin reducir el análisis a meros datos cuantificables. La metodología se estructura en cuatro etapas interrelacionadas que garantizan rigurosidad académica y relevancia práctica. En la figura 3 se aprecia la secuencia metodológica llevada a cabo en la investigación.

Figura 3. Procedimiento metodológico



La primera etapa consiste en una revisión sistemática de literatura académica y documentos estratégicos provenientes de organismos internacionales, *think tanks* y centros de investigación especializados. Este proceso no se limita a recopilar fuentes, sino que implica un análisis crítico de los marcos teóricos existentes sobre IA y emprendimiento, que identifica vacíos conceptuales y tendencias emergentes. Se priorizan estudios de caso, informes sectoriales y artículos revisados por pares publicados en los últimos cinco años, lo que asegura que el marco conceptual refleje los desarrollos más recientes en este campo de rápida evolución.

Posteriormente, el estudio avanza hacia un análisis comparativo de casos emblemáticos de emprendimientos que han integrado IA con distintos grados de éxito. Esta fase emplea técnicas de investigación documental para examinar experiencias concretas en diversas industrias y regiones, de las cuales se extraen patrones comunes y lecciones aprendidas. Cada caso se estudia al considerar cuatro dimensiones clave: el modelo de negocio adoptado, los desafíos tecnológicos enfrentados, el impacto económico generado y las consideraciones socioculturales relevantes. Este enfoque multidimensional permite identificar factores críticos que explican por qué ciertos emprendimientos logran capitalizar el potencial de la IA, mientras otros fracasan en el intento (Armenia *et al.*, 2024).

La tercera etapa incorpora entrevistas semiestructuradas con actores clave del ecosistema emprendedor, entre ellos fundadores de *startups* basadas en IA, inversionistas especializados en tecnología y expertos en políticas de innovación.

Estas entrevistas, guiadas por un protocolo flexible que permite profundizar en temas emergentes, proporcionan *insights* valiosos sobre las percepciones, estrategias y desafíos prácticos que enfrentan los emprendedores en el terreno. El proceso de muestreo sigue un criterio intencional que busca representar diversidad en términos de sectores económicos, etapas de desarrollo de los emprendimientos y contextos geográficos, lo que enriquece la perspectiva del estudio.

La investigación culmina con un proceso de triangulación metodológica que integra los hallazgos de las tres etapas anteriores y contrasta evidencias documentales con datos empíricos recolectados. Esta síntesis interpretativa no solo valida la consistencia de los resultados, sino que permite construir un marco analítico original que vincula teoría y práctica. El análisis se complementa con una evaluación crítica de las limitaciones del estudio, en la que se reconocen posibles sesgos en las fuentes consultadas y se proponen líneas futuras de investigación. El producto final es una comprensión matizada y contextualizada del fenómeno, que trasciende generalizaciones simplistas para ofrecer una guía robusta para la acción empresarial en el ámbito de la IA y los emprendimientos.

Resultados

Los hallazgos de este estudio revelan que la inteligencia artificial actúa como un catalizador que redefine los fundamentos mismos de los emprendimientos modernos. Las empresas analizadas demuestran que la adopción estratégica de IA no se limita a la automatización de procesos, sino que genera nuevas lógicas de creación de valor. Los modelos de negocio más exitosos son aquellos que integran capacidades predictivas y de aprendizaje automático en su núcleo operativo y transforman datos en ventajas competitivas sostenibles (Sharma *et al.*, 2024). Esta innovación exige superar desafíos complejos que van más allá de lo técnico, pues abarca dimensiones organizacionales y éticas (figura 4).

Figura 4. Factores determinantes de la IA en el sector empresarial



Un patrón recurrente en los casos estudiados muestra que los emprendimientos que prosperan con IA comparten una característica común: la capacidad de combinar tecnología avanzada con agilidad empresarial (Houkamau *et al.*, 2024). Estos negocios desarrollan estructuras planas que favorecen la iteración rápida, en las que los equipos humanos trabajan en simbiosis con sistemas inteligentes. Se observa que las *startups* con mayor rendimiento evitan la dependencia exclusiva de algoritmos y mantienen espacios para el juicio humano en decisiones estratégicas (Passavanti *et al.*, 2023). Este equilibrio entre automatización y criterio empresarial emerge como factor determinante para escalar operaciones sin perder adaptabilidad en mercados volátiles.

El análisis identifica tres áreas en las que la IA genera impacto transformador en los emprendimientos. Primero, en la relación con los clientes, donde sistemas de recomendación hiperpersonalizados y atención automatizada de calidad permiten a pequeñas empresas competir con grandes corporaciones (Mikalef *et al.*, 2023). Segundo, en la optimización operativa, mediante algoritmos que predicen demandas, gestionan inventarios y detectan ineficiencias con una precisión imposible para métodos tradicionales (Madanaguli *et al.*, 2024). Tercero, en la innovación de productos, donde el análisis de grandes volúmenes de datos revela oportunidades de mercado no explotadas (Guler *et al.*, 2024). Estas ventajas, sin embargo, conllevan riesgos significativos, particularmente en la gestión de la privacidad y en la sostenibilidad de modelos basados en datos.

Las barreras para la adopción efectiva de IA en los emprendimientos presentan matices preocupantes. La brecha tecnológica se amplía no solo por el acceso a herramientas, sino por la escasez de talento capacitado para implementarlas estratégicamente. Muchas *startups* enfrentan el dilema de invertir recursos limitados en desarrollo tecnológico en detrimento del crecimiento comercial inmediato (Rana *et al.*, 2024). Además, surgen tensiones éticas cuando la eficiencia algorítmica entra en conflicto con valores humanos, particularmente en sectores sensibles como la salud o la educación. Estos hallazgos sugieren que el éxito con IA requiere más que soluciones técnicas; exige la construcción de culturas organizacionales que integren innovación con responsabilidad social (Jang, 2025).

La investigación revela que los emprendimientos más resilientes son aquellos que abordan la IA como un proceso evolutivo, más que como una solución mágica. Desarrollan capacidades internas de manera progresiva, comienzan con aplicaciones específicas y escalan su complejidad conforme madura su comprensión tecnológica

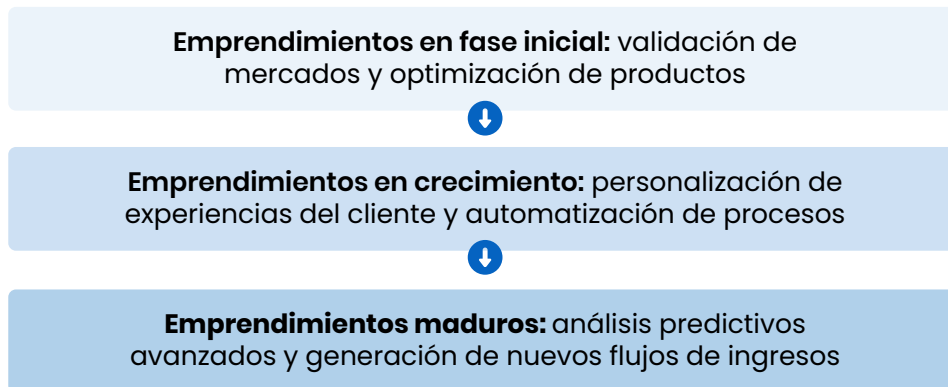
(Lopez *et al.*, 2022). Este enfoque incremental contrasta con intentos fallidos de implementaciones ambiciosas pero mal planificadas. En la era de la IA, la ventaja competitiva duradera pertenece a quienes dominan el arte de combinar tecnología de punta con visión empresarial aguda, sin perder de vista las implicaciones humanas de la transformación digital (Bartra-Rategui *et al.*, 2024).

La investigación profundiza en cómo la inteligencia artificial reconfigura los modelos de financiamiento para emprendimientos. Los datos revelan que los inversionistas desarrollan nuevos criterios de evaluación que van más allá de los indicadores financieros tradicionales (Gómez *et al.*, 2023a). La calidad de los algoritmos, la procedencia y diversidad de los conjuntos de datos y la capacidad del equipo para reiterar modelos de *machine learning* se han convertido en factores decisivos para obtener capital. Este cambio paradigmático en los mecanismos de financiación crea ventajas competitivas para emprendimientos con fuerte componente técnico, pero simultáneamente margina proyectos con igual potencial comercial y menor sofisticación tecnológica inicial (Woods, 2022).

Un hallazgo adicional muestra que la IA altera las dinámicas de competencia entre emprendimientos y corporaciones establecidas. Contrario a lo esperado, no se observa un patrón uniforme de disrupción (Vanner *et al.*, 2022). En algunos sectores, *startups* ágiles superan a grandes empresas gracias a su capacidad para implementar soluciones de IA con mayor rapidez. En otros casos, son las corporaciones con acceso a grandes volúmenes de datos históricos y recursos para contratar talento especializado las que mantienen la ventaja. La variable determinante parece ser la capacidad de transformación organizacional: los emprendimientos que logran escalar su cultura de experimentación constante y las corporaciones que consiguen imitar la agilidad de las *startups* son las que lideran sus respectivos mercados (Jiménez *et al.*, 2024).

El estudio identifica patrones diferenciados en la adopción de IA según las etapas del ciclo de vida empresarial (figura 5). Los emprendimientos en fase inicial tienden a utilizar la IA principalmente para la validación de mercados y la optimización de productos mínimos viables. En etapas de crecimiento, el enfoque se desplaza hacia la personalización de experiencias del cliente y la automatización de procesos clave (Hojeij, 2024). Los negocios maduros, por su parte, concentran sus esfuerzos en análisis predictivos avanzados y en la generación de nuevos flujos de ingresos basados en datos. Esta progresión natural se ve interrumpida cuando las empresas intentan saltarse etapas, lo que frecuentemente deriva en inversiones infructuosas en tecnologías inadecuadas para su nivel de desarrollo.

Figura 5. Progreso empresarial e IA



Nuevas dimensiones analíticas

La investigación explora cómo la IA transforma la gestión del talento en los emprendimientos. Se observa una creciente demanda de profesionales con habilidades híbridas: capacidad técnica para interactuar con sistemas de IA combinada con visión empresarial para traducir *insights* algorítmicos en decisiones estratégicas (Jeremiah, 2025). Esta combinación es escasa en el mercado laboral actual, lo que lleva a los emprendimientos más innovadores a desarrollar programas intensivos de capacitación interna. Paradójicamente, mientras la IA automatiza tareas rutinarias, vuelve más valiosas que nunca habilidades humanas como la creatividad, el pensamiento crítico y la gestión de equipos multidisciplinarios (Weeks *et al.*, 2025).

Un hallazgo relevante muestra que los emprendimientos exitosos desarrollan nuevos modelos de gobernanza para sus sistemas de IA. Estos *frameworks* van más allá del cumplimiento regulatorio básico e incorporan mecanismos de transparencia algorítmica, auditoría continua de sesgos y comités éticos internos (Knight *et al.*, 2025). Las empresas que implementan estas prácticas no solo mitigan riesgos operativos y reputacionales, sino que construyen ventajas competitivas sostenibles al generar mayor confianza entre clientes, inversionistas y reguladores.

El análisis revela diferencias significativas en la adopción de IA según sectores industriales (Stewart y Goddard, 2023). Los emprendimientos en *fintech*, salud digital y comercio electrónico muestran los niveles más altos de implementación, mientras que sectores como la manufactura artesanal o la agricultura orgánica presentan mayores resistencias. Los casos más innovadores son aquellos que trascienden estas barreras sectoriales y aplican aprendizajes cruzados entre industrias. Por ejemplo,

técnicas de recomendación desarrolladas para plataformas de *streaming* se adaptan con éxito en aplicaciones educativas, lo que demuestra el potencial de transferencia tecnológica entre dominios aparentemente no relacionados (Sánchez *et al.*, 2024).

Implicaciones estratégicas

Los resultados sugieren que estamos ante un punto de inflexión en la relación entre IA y emprendimiento. Las primeras olas de adopción se caracterizaron por la experimentación aislada y por soluciones puntuales (Jiang *et al.*, 2024). La etapa actual demanda una integración estratégica, en la que la IA deja de ser un departamento o función especializada para convertirse en el tejido conectivo que permea toda la organización. Este salto cualitativo exige a los fundadores y equipos directivos desarrollar una comprensión profunda de las capacidades y limitaciones de estas tecnologías, incluso si no poseen experticia técnica directa.

La investigación identifica un patrón preocupante en la sostenibilidad de modelos basados en IA. Muchos emprendimientos logran demostradores técnicos impresionantes, pero enfrentan dificultades para mantener sus sistemas a largo plazo (Rutten *et al.*, 2024). Los costos ocultos de actualización de modelos, limpieza continua de datos y mantenimiento de infraestructura conducen a una reevaluación de los modelos de negocio. Las empresas más resilientes son aquellas que, desde el inicio, diseñan arquitecturas escalables y presupuestan adecuadamente los costos del ciclo de vida completo de sus soluciones de IA.

El estudio proyecta que la próxima frontera competitiva estará en la capacidad de los emprendimientos para combinar múltiples formas de IA (aprendizaje automático, procesamiento de lenguaje natural y visión por computadora) en soluciones integradas (Jorzik *et al.*, 2024b). Los casos más avanzados ya demuestran cómo la sinergia entre estas tecnologías puede crear propuestas de valor radicalmente innovadoras. Este enfoque multimodal exige equipos diversos y estructuras organizacionales flexibles que pocos emprendimientos han logrado construir. Quienes resuelvan este desafío estarán mejor posicionados para liderar la próxima ola de innovación empresarial.

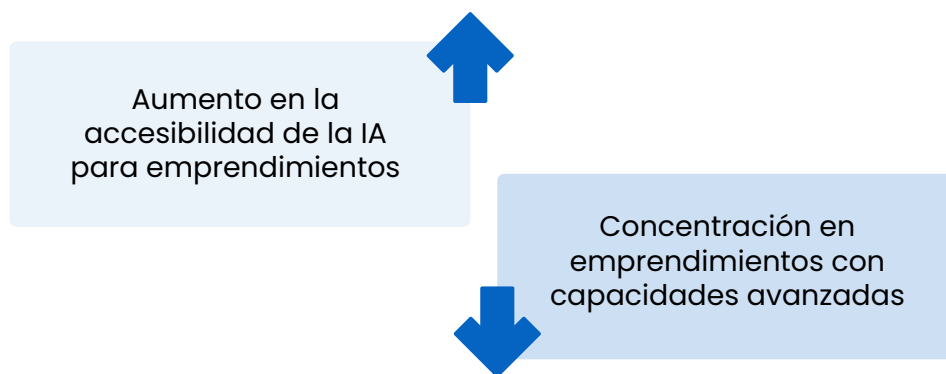
Discusiones

Los resultados de este estudio abren un debate fundamental sobre el verdadero alcance de la inteligencia artificial en el mundo del emprendimiento. Mientras algunos actores del ecosistema empresarial promueven una visión casi mesiánica

de la tecnología, los hallazgos revelan un panorama más matizado, en el que el éxito depende de factores que trascienden lo meramente técnico (Khalilzadeh *et al.*, 2025). La IA no opera como una varita mágica que garantiza el triunfo empresarial, sino como una herramienta potente cuyo valor real emerge solo cuando se integra en una estrategia de negocio bien fundamentada. Esta realidad obliga a repensar los discursos predominantes sobre disrupción tecnológica y sitúa la discusión en un terreno más pragmático y menos especulativo (Rodgers *et al.*, 2025).

Un hallazgo que merece una reflexión profunda es la paradoja de la democratización tecnológica (figura 6). Si bien las herramientas de IA se han vuelto más accesibles, su implementación efectiva se concentra en emprendimientos con capacidades organizacionales avanzadas (Fraccastoro *et al.*, 2025). Esto plantea preguntas incómodas sobre si la revolución digital realmente nivela el campo de juego o, por el contrario, crea nuevas formas de desigualdad competitiva. Las *startups* que logran capitalizar estas tecnologías son aquellas que han desarrollado previamente una cultura de innovación, gestión ágil de datos y pensamiento estratégico. Jorzik *et al.* (2024a) coinciden en que la tecnología por sí misma no compensa carencias en estos aspectos fundamentales, lo que cuestiona narrativas simplistas sobre transformación digital instantánea.

Figura 6. Paradoja



El estudio revela tensiones no resueltas entre escalabilidad algorítmica y sostenibilidad humana. Muchos modelos de negocio basados en IA demuestran capacidad para crecer rápidamente, pero enfrentan crisis cuando ese crecimiento supera su capacidad para mantener la calidad, la privacidad o los estándares éticos (Chang *et al.*, 2025). Esta dinámica expone una limitación estructural en el emprendimiento tecnológico contemporáneo: la dificultad para armonizar la eficiencia computacional con la complejidad humana. Los casos más exitosos

sugieren que la solución no está en priorizar una dimensión sobre otra, sino en diseñar sistemas en los que la IA amplifique —no reemplace— el juicio y los valores humanos. Según Schäfers *et al.* (2024), este equilibrio delicado marca la diferencia entre una innovación efímera y una transformación duradera.

La investigación expone un cambio paradigmático en la naturaleza misma de la ventaja competitiva. Donde antes predominaban factores como la ubicación geográfica o el acceso a capital, ahora emergen nuevas formas de valor basadas en capacidades analíticas y adaptabilidad algorítmica. Este cambio no elimina los principios empresariales fundamentales, sino que los redefine (Holzmann y Gregori, 2023). La verdadera disrupción no radica en la tecnología misma, sino en cómo obliga a repensar modelos organizacionales, estructuras de toma de decisiones y relaciones con clientes. Los emprendimientos que comprenden esto profundizan su capacidad para competir, mientras que quienes buscan atajos tecnológicos sin transformación estructural enfrentan la desilusión (Stewart, 2024).

Los resultados cuestionan la visión de la IA como fenómeno meramente técnico. Su impacto real se manifiesta en cómo transforma culturas organizacionales, redefine habilidades valiosas y altera expectativas de clientes y empleados (Penados *et al.*, 2023). Los emprendimientos exitosos son aquellos que entienden que adoptar IA exige una reinención continua, no solo de sus sistemas tecnológicos, sino también de su identidad empresarial. Esta comprensión holística separa a los líderes de los seguidores en la nueva economía digital y sugiere que el futuro pertenecerá a quienes conciben la inteligencia artificial no como un fin, sino como un medio para crear valor humano a escala (Davidsson y Sufyan, 2023).

La relación entre IA y emprendimiento revela una transformación profunda en los conceptos tradicionales de innovación y creación de valor (figura 7). Los modelos empresariales que prosperan en este nuevo entorno demuestran que la tecnología por sí misma no genera ventajas competitivas duraderas, sino que estas emergen de la capacidad de integrar sistemas inteligentes dentro de una visión estratégica coherente (Edeling y Wies, 2024). Este matiz es crucial, pues desmitifica la noción de que la mera adopción de herramientas avanzadas garantiza el éxito. En realidad, los emprendimientos más resilientes son aquellos que desarrollan una comprensión orgánica de cómo la IA puede potenciar sus propósitos empresariales fundamentales y adaptan la tecnología a sus necesidades específicas, en lugar de subordinar sus operaciones a soluciones genéricas (Riley *et al.*, 2024).

Figura 7. Potencialidades de la IA en el campo empresarial



Un aspecto que exige mayor reflexión es el impacto de la IA en la dinámica de mercados emergentes. Mientras que en economías desarrolladas la infraestructura tecnológica y el capital humano especializado facilitan la adopción de estas herramientas, en contextos con mayores limitaciones estructurales los emprendimientos enfrentan obstáculos distintos (Gómez *et al.*, 2025). La paradoja aquí reside en que son precisamente estos entornos los que podrían beneficiarse más de soluciones innovadoras, pero donde las barreras de implementación resultan más difíciles de superar. Esta contradicción plantea preguntas urgentes sobre cómo construir ecosistemas que permitan a emprendedores, en diversas condiciones, aprovechar el potencial democratizador que teóricamente ofrece la inteligencia artificial (Olstad *et al.*, 2023).

La evolución de las relaciones laborales en emprendimientos basados en IA presenta otro frente de análisis crítico (Graham y Bonner, 2024). Contrario a las predicciones catastróficas sobre el desplazamiento masivo de trabajadores, los casos estudiados muestran una reconfiguración más compleja de roles y habilidades. Los equipos humanos no desaparecen, pero sus funciones se transforman hacia actividades de mayor valor agregado, en las que la creatividad, el criterio ético y la gestión de sistemas complejos adquieren primacía (Noel *et al.*, 2023). Este cambio exige inversiones significativas en capacitación y reorganización interna, que muchos emprendimientos subestiman al inicio de su transformación digital. La brecha entre expectativas y realidad en este terreno explica numerosos casos de implementaciones fallidas o resultados decepcionantes.

Nuevas dimensiones del impacto empresarial

El estudio revela que la IA altera los ciclos tradicionales de desarrollo empresarial. Donde antes un emprendimiento requería años para validar modelos, ajustar operaciones y alcanzar el escalamiento, ahora las herramientas predictivas

permiten acelerar estos procesos de manera sin precedentes. Esta compresión del tiempo empresarial genera oportunidades extraordinarias, pero también riesgos sistémicos (Chandra y Luo, 2025). La capacidad de iterar rápidamente puede conducir a optimizaciones incrementales valiosas; a su vez, puede favorecer soluciones superficiales que no aborden problemas estructurales. Los emprendedores enfrentan el desafío de navegar esta aceleración sin sacrificar profundidad estratégica y mantienen un equilibrio delicado entre agilidad y sustento empresarial.

Otro hallazgo significativo es el surgimiento de nuevas formas de propiedad intelectual y valor intangible en la era de la IA. Los algoritmos, los conjuntos de datos y los modelos entrenados se convierten en activos críticos cuya gestión adecuada determina el futuro de muchos emprendimientos (Filosa *et al.*, 2025). Esta realidad crea dilemas complejos: cómo proteger innovaciones sin obstaculizar colaboraciones necesarias, cómo valorar activos digitales en contextos regulatorios inciertos, cómo mantener ventajas competitivas cuando las herramientas básicas se democratizan progresivamente (Manca *et al.*, 2022). Las empresas que resuelven estas preguntas desarrollan no solo capacidades tecnológicas, sino también marcos conceptuales novedosos para entender el valor en la economía digital.

La investigación también expone tensiones no resueltas entre personalización a escala y responsabilidad social (Guatemala y Martínez, 2023). Mientras los sistemas de IA permiten ofrecer productos y servicios altamente individualizados, esta capacidad choca con preocupaciones crecientes sobre la privacidad, la manipulación comercial y las consecuencias no deseadas de la hipersegmentación. Los emprendimientos más visionarios reconocen que el verdadero reto no está en lo que la tecnología puede hacer, sino en lo que debería hacer (McCartan *et al.*, 2022). Esta conciencia ética, lejos de ser un obstáculo, se convierte en un elemento diferenciador que construye confianza con clientes cada vez más sensibilizados sobre estos temas.

Interrelación de paradigmas en la IA aplicada a emprendimientos

La convergencia entre inteligencia artificial y emprendimiento empresarial solo puede comprenderse cabalmente cuando se analiza a través del prisma de los paradigmas científicos que la hacen posible (Kopalle *et al.*, 2025). Los avances en *machine learning*, redes neuronales y procesamiento de datos no surgieron de la nada, sino que responden a una evolución acumulativa del conocimiento científico que ha redefinido lo técnicamente viable. Este trasfondo es crucial porque

demuestra que los emprendimientos basados en IA no operan en un vacío teórico, sino que son la manifestación práctica de décadas de investigación fundamental. Existe una brecha palpable entre el ritmo del descubrimiento científico y la capacidad de los emprendedores para traducir estos avances en modelos de negocio sostenibles (Sundriyal y Gabrielsson, 2024). Los casos más exitosos son aquellos cuyos fundadores comprenden los principios científicos subyacentes lo suficiente como para innovar sin caer en aplicaciones superficiales o mal fundamentadas.

Desde la perspectiva tecnológica, la IA introduce una disrupción particular en los emprendimientos porque altera la relación tradicional entre escalabilidad y recursos. Los paradigmas tecnológicos previos establecían que el crecimiento empresarial requería incrementos proporcionales en infraestructura física y mano de obra (Budumuru y Paruchuru, 2025). La inteligencia artificial rompe con esta lógica al permitir escalamientos casi exponenciales con incrementos marginales en los costos variables. Esta característica transforma radicalmente las ecuaciones financieras de los emprendimientos, pero también genera nuevas dependencias críticas hacia plataformas tecnológicas, conjuntos de datos y talento especializado. Los emprendedores visionarios son aquellos que logran navegar esta paradoja: aprovechar las ventajas de la escalabilidad mientras mantienen el control sobre los activos tecnológicos estratégicos que garantizan su autonomía a largo plazo (McKinley, 2022).

El paradigma económico que emerge de esta transformación cuestiona nociones clásicas sobre producción, valor y competitividad. La economía de los emprendimientos basados en IA tiende hacia modelos en los que el valor principal reside en intangibles como algoritmos, datos y experiencia de usuario, más que en activos físicos o inventarios (Murmman *et al.*, 2023). Este cambio tiene implicaciones profundas para la financiación de *startups*, la valoración de empresas y las dinámicas de mercado. Curiosamente, mientras la IA reduce ciertas barreras de entrada al permitir operaciones lean, simultáneamente crea nuevas economías de escala basadas en la acumulación de datos y en los efectos de red (Thomsen *et al.*, 2024). Los emprendedores deben comprender estas nuevas reglas del juego económico, en el que las ventajas competitivas a menudo se construyen mediante bucles de retroalimentación entre la calidad de los datos, la mejora algorítmica y la satisfacción del usuario, en ciclos que se autoalimentan.

Dimensiones socioculturales y éticas de la adopción empresarial

El paradigma sociocultural introduce capas adicionales de complejidad a esta ecuación. La aceptación social de soluciones basadas en IA varía significativamente

según sectores, regiones y grupos demográficos, lo que crea un mapa desigual de oportunidades para emprendedores (Manning *et al.*, 2024). Las resistencias culturales a la automatización, las preocupaciones por la privacidad y los temores al desplazamiento laboral condicionan el ritmo y la forma en que diferentes mercados adoptan estas innovaciones. Los emprendimientos más astutos no imponen soluciones tecnológicas, sino que las adaptan a contextos culturales específicos y diseñan implementaciones progresivas que construyen confianza mientras demuestran valor tangible. Esta sensibilidad sociocultural se convierte en sí misma en una ventaja competitiva, particularmente en industrias donde la interfaz humano-tecnológica es crítica, como la educación, la salud o los servicios financieros (Velásquez y Paredes, 2024).

La ética emerge como factor determinante en la sostenibilidad a largo plazo de los emprendimientos basados en IA. Más allá de consideraciones regulatorias, existe un creciente escrutinio social sobre cómo se obtienen los datos, cómo se toman decisiones automatizadas y qué sesgos pueden reproducir los algoritmos (Nguyen *et al.*, 2024). Los emprendimientos que internalizan estas preocupaciones desde su diseño fundacional logran construir relaciones más sólidas con clientes y comunidades. Contrario a lo que podría pensarse, esta aproximación ética no limita las posibilidades tecnológicas, sino que las orienta hacia aplicaciones socialmente benéficas y comercialmente sostenibles. El caso de emprendimientos en sectores sensibles, como el diagnóstico médico asistido por IA o el *scoring* crediticio alternativo, demuestra que la responsabilidad social puede coexistir con modelos de negocio robustos si se integra desde la concepción misma del producto.

Los paradigmas científicos, tecnológicos, económicos y socioculturales no operan de forma aislada, sino que interactúan de maneras complejas que redefinen continuamente el panorama para los emprendimientos (Leendertse *et al.*, 2025). Un avance científico abre nuevas posibilidades tecnológicas, que a su vez alteran modelos económicos y generan reacciones socioculturales que alimentan nuevas demandas científicas. Los emprendedores exitosos en este ecosistema son aquellos que desarrollan la capacidad de leer estas interacciones y anticipan puntos de inflexión en los que la convergencia de paradigmas crea oportunidades únicas para la innovación. Esta visión sistémica diferencia a los verdaderos innovadores de los meros adoptadores tardíos de tecnología.

Síntesis estratégica para emprendimientos orientados por IA

La integración efectiva de estos múltiples paradigmas exige un enfoque empresarial particular que combine ambición tecnológica con pragmatismo

comercial. Los emprendimientos no son laboratorios de investigación, pero tampoco pueden ser meras operaciones comerciales sin comprensión técnica profunda (Ode *et al.*, 2025). El punto óptimo parece residir en equipos fundacionales híbridos, donde capacidades técnicas sólidas dialogan constantemente con una visión empresarial aguda. Esta simbiosis permite traducir posibilidades científicas en propuestas de valor comercialmente viables y culturalmente aceptables, y evita los extremos de soluciones tecnológicas en busca de problemas o de aproximaciones comerciales desprovistas de innovación real (Milligan, 2023).

El ritmo acelerado de cambio en estos paradigmas convierte el aprendizaje organizacional continuo en una ventaja competitiva crítica. Los emprendimientos basados en IA deben institucionalizar mecanismos para mantenerse al tanto de desarrollos científicos relevantes, tendencias tecnológicas emergentes, cambios en los modelos económicos y evoluciones socioculturales (Shore *et al.*, 2024). Esta vigilancia estratégica no puede ser una función marginal, sino una actividad central que alimente la toma de decisiones en todos los niveles. Las organizaciones que logran convertir este flujo constante de información en capacidad de adaptación son las que mantienen su relevancia a medida que los paradigmas continúan su evolución inexorable.

El último diferencial competitivo podría residir en la capacidad de anticipar cómo estos paradigmas interactuarán en el futuro próximo. Los emprendimientos visionarios no solo responden a las condiciones actuales, sino que posicionan sus modelos para aprovechar convergencias paradigmáticas que aún están en gestación (Miah *et al.*, 2025). Esto requiere pensar simultáneamente en múltiples escalas temporales: resolver necesidades inmediatas mientras se construyen cimientos para futuras oportunidades que emergerán cuando avances científicos específicos, capacidades tecnológicas nacientes, realidades económicas cambiantes y valores socioculturales en evolución alcancen puntos de alineación crítica. Este nivel de sofisticación estratégica marca la diferencia entre emprendimientos efímeros y aquellos que logran reinventarse continuamente a lo largo de las sucesivas olas de cambio tecnológico y social.

Perspectivas futuras y desafíos emergentes

El ritmo acelerado del desarrollo tecnológico plantea interrogantes sobre la sostenibilidad de los modelos actuales. Muchas soluciones de IA que hoy parecen innovadoras podrían quedar obsoletas en plazos sorprendentemente cortos, lo que obliga a los emprendimientos a mantener ciclos continuos de reinversión

y actualización (Vankov y Wang, 2024). Esta dinámica crea presiones financieras y organizacionales que ponen a prueba la resiliencia incluso de los modelos más prometedores. El desafío futuro no estará en adoptar IA, sino en construir organizaciones capaces de evolucionar al mismo ritmo que la tecnología, sin perder coherencia estratégica ni bienestar organizacional.

Un área que requiere mayor exploración es la intersección entre IA, emprendimiento y sostenibilidad ambiental (Abdelfattah *et al.*, 2025). Las demandas computacionales de sistemas avanzados generan huellas ecológicas significativas, mientras que la obsolescencia programada de soluciones tecnológicas agrava los problemas de desechos electrónicos. Emprendimientos conscientes de esta paradoja comienzan a desarrollar enfoques en los que la eficiencia algorítmica se mide tanto en términos económicos como ambientales. Esta visión ampliada del impacto empresarial podría convertirse en el próximo campo de innovación disruptiva y redefine lo que significa ser competitivo en la era digital.

El estudio sugiere que el mayor potencial de la IA podría residir en su capacidad para resolver problemas empresariales que trascienden lo comercial. Emprendimientos sociales demuestran cómo estas tecnologías pueden abordar desafíos complejos en educación, salud comunitaria o inclusión financiera. Estos casos revelan un principio fundamental: el valor último de la inteligencia artificial en el emprendimiento no se mide por su sofisticación técnica, sino por su capacidad para generar un impacto positivo tangible. Esta comprensión podría marcar el camino hacia una nueva generación de empresas en la que tecnología y propósito se alinean para crear un futuro no solo más productivo, sino también más humano (Adomako *et al.*, 2025).

La evolución acelerada de las capacidades de inteligencia artificial crea una paradoja fundamental para los emprendimientos. Por un lado, las herramientas son cada vez más potentes y accesibles; por otro, el ritmo de obsolescencia tecnológica se acelera y genera una carrera constante por mantenerse relevante (Vecchiarini y Somià, 2023). Esta dinámica da origen a un nuevo modelo de emprendimiento que podría denominarse *organización líquida*, caracterizado por estructuras flexibles, arquitecturas tecnológicas modulares y culturas organizacionales que valoran la adaptabilidad continua. Los emprendimientos que prosperen en este entorno serán aquellos que logren institucionalizar mecanismos de aprendizaje y reinención permanente, sin caer en una reactividad constante que agote recursos y desdibuje el propósito empresarial.

La sostenibilidad ambiental de los modelos basados en IA presenta desafíos complejos que apenas comienzan a comprenderse en su totalidad. Más allá del consumo energético de los centros de datos, el problema se extiende a toda la cadena de valor: desde la extracción de minerales para hardware hasta el desecho de equipos obsoletos (Arroyabe *et al.*, 2024). Emprendimientos visionarios exploran enfoques radicalmente nuevos, como modelos de IA frugal que maximizan resultados con mínima huella ecológica o esquemas de economía circular para la infraestructura tecnológica (Raudales-García *et al.*, 2024). Estas innovaciones podrían redefinir los estándares del sector y transformar lo que hoy se considera una externalidad ambiental en una ventaja competitiva. El verdadero reto está en escalar estas soluciones sin comprometer su esencia sostenible, particularmente cuando los emprendimientos enfrentan presiones para crecer rápidamente.

Nuevas fronteras de impacto social

El potencial de la IA para abordar desafíos sociales complejos genera una ola de emprendimientos con doble propósito: rentabilidad financiera e impacto social medible. Casos pioneros en diagnóstico médico accesible, educación personalizada a bajo costo y gestión sostenible de recursos naturales demuestran que estas tecnologías pueden democratizar servicios esenciales (Khan *et al.*, 2024). El estudio revela que los modelos más exitosos no son aquellos que simplemente trasplantan soluciones de países desarrollados, sino los que rediseñan de manera fundamental las aplicaciones de IA para contextos locales específicos. Esta adaptación profunda requiere una comprensión íntima de las comunidades atendidas y la voluntad de cuestionar supuestos tecnológicos occidentales dominantes.

Un hallazgo prometedor es el surgimiento de *plataformas de impacto* que permiten a pequeños emprendimientos sociales acceder a capacidades de IA antes reservadas a grandes corporaciones. Estas iniciativas combinan modelos de negocio innovadores con arquitecturas técnicas descentralizadas, lo que reduce barreras de entrada mientras mantiene altos estándares éticos. Su crecimiento sugiere que el futuro podría ver un ecosistema más diverso de actores en IA, en el que empresas con fines específicos coexistan con soluciones comerciales tradicionales (Basole *et al.*, 2024).

Desafíos éticos y de gobernanza

A medida que los emprendimientos basados en IA maduran, emergen cuestiones éticas complejas que trascienden los marcos regulatorios existentes (Vo *et al.*, 2025). El estudio identifica tres áreas críticas: la transparencia algorítmica en

decisiones que afectan vidas humanas, la distribución justa del valor generado por sistemas de IA y la prevención de monopolios tecnológicos en sectores clave. Los emprendimientos que abordan estas cuestiones de manera proactiva desarrollan estructuras de gobernanza innovadoras, como consejos asesores éticos independientes o mecanismos de auditoría algorítmica continua.

Un desarrollo preocupante es la creciente brecha entre emprendimientos que tienen acceso a talento especializado y aquellos que no (Black *et al.*, 2024). Esta división amenaza con crear un panorama empresarial desigual, en el que solo una minoría de empresas pueda aprovechar plenamente el potencial de la IA. Entre las respuestas emergentes se incluyen modelos colaborativos de formación de talento, certificaciones estandarizadas de competencias en IA y herramientas que simplifican la implementación para no especialistas. La efectividad de estas iniciativas podría determinar si la revolución de la IA en los emprendimientos sigue una trayectoria inclusiva o excluyente.

Reconfiguración del ecosistema empresarial

El análisis prospectivo sugiere que estamos ante una redefinición fundamental de lo que significa ser un emprendimiento en la era de la IA. Las distinciones tradicionales entre sectores se vuelven borrosas cuando algoritmos de recomendación desarrollados para el comercio electrónico se aplican a la educación, o cuando modelos predictivos financieros se adaptan a la gestión de la salud pública. Esta convergencia da origen a híbridos empresariales inéditos que combinan dominios de conocimiento previamente separados (Gómez *et al.*, 2023b).

Los emprendimientos del futuro probablemente operarán en redes más fluidas y dinámicas, donde la colaboración y la competencia coexisten en equilibrios cambiantes. La capacidad para navegar este panorama complejo dependerá de desarrollar lo que podría denominarse *inteligencia de ecosistema*: una comprensión profunda de cómo las propias capacidades de IA interactúan con las de otros actores en un campo empresarial en constante evolución (Wibowo *et al.*, 2023). Esta metacompetencia podría convertirse en el principal diferenciador entre emprendimientos que lideran la transformación digital y aquellos que simplemente reaccionan ante ella.

El estudio apunta hacia un futuro en el que el éxito empresarial se medirá no solo por métricas financieras tradicionales, sino por la capacidad de generar valor tecnológico, social y ambiental de manera integrada. Los emprendimientos que

internalicen esta visión holística desde su concepción estarán mejor posicionados para prosperar en un mundo donde la IA es ubicua, pero las verdaderas innovaciones son aquellas que resuelven problemas humanos reales de manera sostenible y ética.

La hibridación de sectores, un nuevo paradigma para los negocios en la era de la IA

La IA ha roto los límites tradicionales entre industrias y da forma a un ecosistema empresarial en el que lo más valioso es la capacidad de mezclar saberes distintos. Como señala el texto, tecnologías creadas para un sector —como los sistemas de recomendación de las tiendas en línea— ahora se usan en áreas tan diferentes como la educación o la salud pública (Gómez *et al.*, 2023b). Este fenómeno no solo cambia la forma en que se clasifican los negocios, sino que obliga a los emprendedores a pensar de manera más flexible.

La unión entre sectores abre oportunidades para crear negocios innovadores que resuelvan problemas desde múltiples ángulos. Por ejemplo, una plataforma que combine análisis financiero con gestión ambiental podría mejorar tanto las ganancias como el cuidado de los recursos naturales. Pero, para lograrlo, los emprendedores necesitan desarrollar lo que algunos expertos denominan *inteligencia de ecosistema* (Wibowo *et al.*, 2023), es decir, la habilidad para entender cómo su solución interactúa con las de otros actores en un mercado cada vez más conectado. Aquí, el éxito no depende solo de tener una buena IA, sino de saber integrarla en un sistema más amplio y en constante cambio.

En este nuevo panorama, las empresas que lideren serán aquellas que conciben la IA no como una herramienta aislada, sino como un elemento clave para reinventar industrias completas. La verdadera innovación ya no proviene de enfocarse en un solo campo, sino de combinar conocimientos distintos para resolver problemas complejos de manera creativa.

El éxito empresarial en la era de la IA: más que ganancias, un impacto real

El texto plantea un cambio profundo en lo que se considera un negocio exitoso: ya no basta con generar dinero, sino que es necesario crear valor tecnológico, social y ambiental. Este enfoque refleja una demanda creciente de emprendimientos que incorporen la sostenibilidad y la ética desde su base, no como un añadido posterior.

La IA, al multiplicar el alcance de cualquier solución, hace que sus impactos — positivos o negativos— sean más amplios y visibles. Por ello, la responsabilidad se convierte en un factor clave para competir.

La inteligencia de ecosistema a la que se refiere el análisis no se limita a estrategias comerciales, sino que implica comprender cómo la tecnología afecta a las personas y al planeta. Por ejemplo, un algoritmo diseñado para optimizar cultivos debe buscar no solo mayor producción, sino también equidad para los pequeños agricultores. Los autores antes citados coinciden en que las empresas más relevantes serán aquellas que logren alinear el avance tecnológico con un propósito social, incluso en industrias tradicionalmente centradas en las ganancias, como las finanzas o el transporte.

Este nuevo paradigma exige medir el éxito de otra manera. Indicadores como la reducción de desigualdades, la claridad en el funcionamiento de los algoritmos o el impacto ambiental de los centros de datos se vuelven tan importantes como las utilidades. Las compañías que adopten esta visión no solo evitarán problemas legales o de reputación, sino que atraerán a clientes y socios que valoran la sostenibilidad. Así, la IA puede convertirse en un puente entre la rentabilidad y el impacto positivo, siempre que se utilice con una visión amplia y ética.

Conclusiones

Este estudio revela que la inteligencia artificial ha dejado de ser un componente accesorio para convertirse en un elemento estructural de los emprendimientos modernos. Su verdadero impacto no reside en capacidades técnicas abstractas, sino en cómo reconfigura los fundamentos mismos de la creación y captura de valor empresarial. Los emprendimientos que prosperan en esta nueva era son aquellos que comprenden que la IA no es un fin en sí misma, sino un medio para resolver problemas humanos complejos a escala. Esta distinción fundamental separa a los proyectos con potencial transformador de aquellas iniciativas que se limitan a incorporar tecnología de forma superficial, sin alterar su esencia empresarial.

El análisis demuestra que el éxito en la aplicación de IA a los emprendimientos requiere superar una paradoja crítica. Por un lado, exige profundidad técnica para implementar soluciones robustas; por otro, demanda amplitud estratégica para integrarlas en modelos de negocio viables. Esta dualidad explica por qué muchos proyectos fracasan al inclinarse demasiado hacia uno de estos extremos. Los casos exitosos muestran patrones comunes: equipos fundacionales complementarios que

combinan experticia tecnológica con visión comercial; iteración constante entre prototipado técnico y validación de mercado; y capacidad para traducir avances científicos en propuestas de valor concretas para usuarios reales.

Las conclusiones destacan que los mayores desafíos no son de naturaleza tecnológica, sino organizacional y cultural. La IA introduce cambios profundos en la manera en que se estructuran las empresas, se toman decisiones y se definen las relaciones laborales. Los emprendimientos que navegan mejor esta transición son aquellos que cultivan culturas organizacionales adaptativas, en las que el aprendizaje continuo y la reinención constante se convierten en capacidades centrales. Esto implica superar la visión de la IA como simple herramienta operativa para entenderla como catalizador de nuevas formas de pensar y operar empresarialmente.

El estudio identifica tres vectores clave para el desarrollo futuro de emprendimientos basados en IA. Primero, la necesidad de modelos de gobernanza que equilibren innovación con responsabilidad, particularmente en áreas sensibles como la privacidad de datos y la toma de decisiones algorítmicas. Segundo, la urgencia de cerrar brechas de talento mediante la formación de profesionales híbridos que dominen tanto los aspectos técnicos como las dimensiones empresariales. Tercero, la importancia de desarrollar métricas más sofisticadas que capturen el valor real generado por estas tecnologías, más allá de indicadores superficiales de adopción.

En última instancia, esta investigación sugiere el surgimiento de un nuevo paradigma empresarial en el que la distinción entre *empresas tecnológicas* y *empresas tradicionales* pierde sentido. La IA se ha convertido en el nuevo sustrato sobre el que se construyen todo tipo de emprendimientos, independientemente de su sector. Los líderes empresariales del mañana serán aquellos que logren dominar no solo los aspectos técnicos de estas herramientas, sino, sobre todo, su integración estratégica en visiones empresariales coherentes, sostenibles y centradas en el ser humano. El verdadero potencial de la IA en el emprendimiento no está en reemplazar lo humano, sino en amplificar nuestra capacidad para crear soluciones a los grandes desafíos económicos y sociales de nuestro tiempo.

Referencias

Abdelfattah, F., Dahleez, K., Halbusi, H. A. y Salah, M. (2025). Strategic Green Alliances: Integrating Green Dynamic Capabilities, AI, and Electronic Entrepreneurial Innovation for Sustainability. *Sustainable Futures*, 9, 100433. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.100433>

- Adomako, S., Zahoor, N., Tang, S., Chu, I. y Zhang, S. X. (2025). CEO Vision Articulation, TMT Relational Attachment, and Corporate Entrepreneurship. *The Leadership Quarterly*, 36(3), 101881. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2025.101881>
- Alka, T. A., Sreenivasan, A. y Suresh, M. (2024). Wheel of Change: A Systematic Literature Review on Innovation and Entrepreneurship in Micro Mobility Solutions. *Transport Economics and Management*, 2, 154–168. <https://doi.org/10.1016/j.team.2024.06.004>
- Armenia, S., Franco, E., Iandolo, F., Maielli, G. y Vito, P. (2024). Zooming in and Out the Landscape: Artificial Intelligence and System Dynamics in Business and Management. *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123131. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123131>
- Arroyabe, M. F., Arranz, C. F., Fernández, I. y Fernández, J. (2024). Analyzing AI Adoption in European SMEs: A Study of Digital Capabilities, Innovation, and External Environment. *Technology in Society*, 79, 102733. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102733>
- Bartra-Rategui, R., Pinedo, L. P. y Navarro-Cabrera, J. R. (2024). Incorporación de las TIC en la promoción de destinos turísticos: una revisión sistemática. *Región Científica*, 3(2). <https://doi.org/10.58763/rc2024281>
- Basole, R. C., Park, H. y Seuss, C. D. (2024). Complex Business Ecosystem Intelligence Using AI-Powered Visual Analytics. *Decision Support Systems*, 178, 114133. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2023.114133>
- Black, S., Samson, D. y Ellis, A. (2024). Moving Beyond ‘Proof Points’: Factors Underpinning AI-Enabled Business Model Transformation. *International Journal of Information Management*, 77, 102796. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102796>
- Budumuru, U. R. y Paruchuru, M. (2025). Tracing the Evolution of Ecosystems in Social Entrepreneurship: Perspectives on Innovation and Sustainability. *Sustainable Futures*, 9, 100645. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.100645>
- Carman, L. B. y Anderson, R. K. (2023). Between Race-Evasiveness and the Pursuit of Racial Competence: Secondary Mathematics Preservice Teachers’ Understandings of Race in an Introductory Methods Course. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 100603. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100603>
- Chandra, Y. y Luo, Y. (2025). Celebrating a Decade of Entrepreneurship Research in JBVI (2014–2024): Taking the Pulse of the Past to Chart the Future. *Journal of Business Venturing Insights*, 23, e00525. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2025.e00525>
- Chang, F. Y., Alam, M. A. y Taylor, M. (2025). The Mediating and Moderating Roles of Entrepreneurship Education in the Perceived Acquisition of Entrepreneurial Learning and Knowledge. *Journal of Innovation & Knowledge*, 10(1), 100645. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100645>

- D'Costa, I., Russell, L. y Adams, K. (2025). Truth-Telling Is Required for Health Equity for Aboriginal Peoples: A Qualitative Study. *International Journal of Nursing Studies*, 167, 105066. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2025.105066>
- D'Costa, I., Truong, M., Russell, L. y Adams, K. (2023). Employee Perceptions of Race and Racism in an Australian Hospital. *Social Science & Medicine*, 339, 116364. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2023.116364>
- Davidsson, P. y Sufyan, M. (2023). What Does AI Think of AI as an External Enabler (EE) of Entrepreneurship? An Assessment Through and of the EE Framework. *Journal of Business Venturing Insights*, 20, e00413. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2023.e00413>
- Debortoli, D. O. y Brignole, N. B. (2024). Inteligencia empresarial para estimular el giro comercial en el microcentro de una ciudad de tamaño intermedio. *Región Científica*, 3(1). <https://doi.org/10.58763/rc2024195>
- Durant, S., Jeyamohan, A. E., Campbell, E. y Lawford, K. (2024). Conceptualizing Risk for Pregnant Indigenous Peoples Accessing Maternity Care in Canada: A Critical Interpretive Synthesis. *Social Sciences & Humanities Open*, 9, 100773. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100773>
- Edeling, A. y Wies, S. (2024). Embracing Entrepreneurship in the Creator Economy: The Rise of Creatpreneurs. *International Journal of Research in Marketing*, 41(3), 436–454. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2024.07.003>
- Filosa, C., Jovanovic, M., Agostini, L. y Nosella, A. (2025). Pivoting B2B Platform Business Models: From Platform Experimentation to Multi-Platform Integration to Ecosystem Envelopment. *International Journal of Production Economics*, 280, 109466. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2024.109466>
- Fraccastoro, D. S., Vanninen, D. H. y Gabrielsson, P. M. (2025). Two Decades of Research on Digitalization, Entrepreneurship, and Internationalization: What Foundations Do They Provide for Research on Digital Entrepreneurial Internationalization? *International Business Review*, 34(4), 102455. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2025.102455>
- Golledge, C., Amazan, R., Durksen, T. L., Lowe, K. y Vass, G. (2025). Transforming Practices in Aboriginal Education Through Teacher Professional Learning Conversations. *Teaching and Teacher Education*, 155, 104900. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2024.104900>
- Gómez, J. A., Gavrila, S. G., Ancillo, A. de L. y Núñez, M. T. (2025). Towards Sustainable Business in the Automation Era: Exploring Its Transformative Impact from Top Management and Employee Perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 210, 123908. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123908>

- Gómez-Cano, C. A., Sánchez-Castillo, V. y Eslava-Zapata, R. (2024). Bibliometric Analysis of the Main Applications of Digital Technologies to Business Management. *Data and Metadata*, 3, 321. <https://dm.ageditor.ar/index.php/dm/article/view/300>
- Gómez, C. A., Sánchez, V. y Millán, E. E. (2023a). Strategy for Improving Learning in the Financial Tools and Project Management Course Through the Use of Second Life-SL. *Metaverse Basic and Applied Research*, 2(31). <https://doi.org/10.56294/mr202331>
- Gómez, C. A., Sánchez, V. y Santana, Y. (2023b). Factores que inciden en la procrastinación académica de los estudiantes de educación superior en Colombia. *Universidad y Sociedad*, 15(4), 421–431. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v15n4/2218-3620-rus-15-04-421.pdf>
- Gómez-Echeverry, S. (2024). Within the Cracks of the Cosmic Race: Income Inequalities by Race and Ethnicity in Latin America. *World Development*, 184, 106764. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2024.106764>
- Graham, B. y Bonner, K. (2024). The Role of Institutions in Early-Stage Entrepreneurship: An Explainable Artificial Intelligence Approach. *Journal of Business Research*, 175, 114567. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114567>
- Guatemala, A. y Martínez, G. (2023). Capacidades tecnológicas en empresas sociales emergentes: una ruta de impacto social. *Región Científica*, 2(2). <https://doi.org/10.58763/rc2023III>
- Guler, N., Kirshner, S. N. y Vidgen, R. (2024). A Literature Review of Artificial Intelligence Research in Business and Management Using Machine Learning and ChatGPT. *Data and Information Management*, 8(3), 100076. <https://doi.org/10.1016/j.dim.2024.100076>
- Gupta, B. B., Gaurav, A., Arya, V. y Chui, K. T. (2024). Fintech Advancements in the Digital Economy: Leveraging Social Media and Personal Computing for Sustainable Entrepreneurship. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(1), 100471. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100471>
- Hojeij, Z. (2024). Educational Leadership's Role in Fostering Innovation and Entrepreneurship in Education: A Narrative Literature Review. *Social Sciences & Humanities Open*, 10, 101173. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101173>
- Holzmann, P. y Gregori, P. (2023). The Promise of Digital Technologies for Sustainable Entrepreneurship: A Systematic Literature Review and Research Agenda. *International Journal of Information Management*, 68, 102593. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2022.102593>
- Houkamau, C., Bahamondes, J., Osborne, D. y Sibley, C. (2024). Region-Level Pākehā Warmth Towards Māori Enhances Collective Action Intentions: An Extension

- of the Social Identity Model of Collective Action (SIMCA). *International Journal of Intercultural Relations*, 98, 101918. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2023.101918>
- Imjai, N., Nui Suk, C., Usman, B., Somwethee, P. y Aujirapongpan, S. (2024). The Influence of AI Competency and Design Thinking Skills on Innovative Entrepreneurial Competency: The Role of Strategic Intelligence Amongst New Age Entrepreneurs in Thailand. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(2), 100301. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100301>
- Jang, G. (2025). A Journey Toward Self-Reconciliation via Indigenous Wisdom Unraveling Identity: A Contemporary Issue in Nursing. *Nurse Education Today*, 150, 106680. <https://doi.org/10.1016/j.nedt.2025.106680>
- Jeremiah, F. (2025). The Human-AI Dyad: Navigating the New Frontier of Entrepreneurial Discourse. *Futures*, 166, 103529. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2024.103529>
- Jiang, Y., Jiang, Z. y Chen, Z. (2024). Women Entrepreneurship in China: A Bibliometric Literature Review and Future Research Agenda. *Journal of Business Research*, 179, 114688. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114688>
- Jiménez, G. A., Pérez, A. J. y Gómez, C. A. (2024). Virtual reality and virtual worlds: a favorable setting for the preservation of cultural heritage. *Metaverse Basic and Applied Research*, 3, 110. <https://doi.org/10.56294/mr2024.110>
- Jorzik, P., Antonio, J. L., Kanbach, D. K., Kallmuenzer, A. y Kraus, S. (2024a). Sowing the Seeds for Sustainability: A Business Model Innovation Perspective on Artificial Intelligence in Green Technology Startups. *Technological Forecasting and Social Change*, 208, 123653. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123653>
- Jorzik, P., Klein, S. P., Kanbach, D. K. y Kraus, S. (2024b). AI-Driven Business Model Innovation: A Systematic Review and Research Agenda. *Journal of Business Research*, 182, 114764. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114764>
- Khalilzadeh, J., Kromidha, E. y Taheri, B. (2025). Anatomy of a CSR Discourse System: Entrepreneurship and Tourism Domains. *Tourism Management*, 110, 105195. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105195>
- Khan, E. A., Chowdhury, M. M., Royhan, P., Gowan, S., Rahman, M. M. y Mahdavi, M. (2024). A Decision Model for Sustainable Informal Entrepreneurship in Cities. *International Journal of Climate Change Strategies and Management*, 16(3), 276–297. <https://doi.org/10.1108/IJCCSM-02-2022-0026>
- Knight, G., Khan, Z. y Nummela, N. (2025). Born Globals, International New Ventures, and International Entrepreneurship: Reflections and a Research Agenda. *International Business Review*, 34(4), 102421. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2025.102421>
- Kopalle, P. K., Lehmann, D. R., Ramachandran, D. y Wetzels, R. (2025). Journal of Business Research Publications 1973–2024: Topics, Methodological

- Approaches, Data, and Analyses Conducted. *Journal of Business Research*, 194, 115360. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115360>
- Leendertse, J., Rijnsoever, F. van y Oostveen, B. (2025). Ecosystems Cast a Shadow: How High-Quality Entrepreneurial Ecosystems Hamper Productive Entrepreneurship in Neighboring Regions. *Journal of Business Venturing Insights*, 23, e00533. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2025.e00533>
- Lopez, H., Devos, T. y Somo, A. (2022). State-Level Cultural Tightness–Looseness Accounts for Implicit Associations Between American and White Identities. *Current Research in Ecological and Social Psychology*, 3, 100033. <https://doi.org/10.1016/j.cresp.2021.100033>
- Madanaguli, A., Sjödin, D., Parida, V. y Mikalef, P. (2024). Artificial Intelligence Capabilities for Circular Business Models: Research Synthesis and Future Agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 200, 123189. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123189>
- Manca, T., Humble, R. M., Aylsworth, L., Cha, E., Wilson, S. E., Meyer, S. B., Greyson, D., Sadarangani, M., Leigh, J. P. y MacDonald, S. E. (2022). “We Need to Protect Each Other”: COVID-19 Vaccination Intentions and Concerns Among Racialized Minority and Indigenous Peoples in Canada. *Social Science & Medicine*, 313, 115400. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2022.115400>
- Manning, P., Paulson, J. y Keo, D. (2024). Reparative Remembering for Just Futures: History Education, Multiple Perspectives and Responsibility. *Futures*, 155, 103279. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2023.103279>
- McCartan, J., Brimblecombe, J. y Adams, K. (2022). Methodological Tensions for Non-Indigenous People in Indigenous Research: A Critique of Critical Discourse Analysis in the Australian Context. *Social Sciences & Humanities Open*, 6(1), 100282. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2022.100282>
- McKinley, C. E. (2022). “We Were Always Doing Something Outside. ... I Had a Wonderful, Wonderful Life”: U.S. Indigenous Peoples’ Subsistence, Physical Activity, and the Natural World. *SSM - Qualitative Research in Health*, 2, 100170. <https://doi.org/10.1016/j.ssmqr.2022.100170>
- Miah, M. T., Aiupova, N., Erdei Gally, S. y Fekete Farkas, M. (2025). Digital Entrepreneurship Ecosystems: Then vs. Now-A Future Perspectives. *Digital Business*, 5(1), 100110. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2025.100110>
- Mikalef, P., Islam, N., Parida, V., Singh, H. y Altwaijry, N. (2023). Artificial Intelligence (AI) Competencies for Organizational Performance: A B2B Marketing Capabilities Perspective. *Journal of Business Research*, 164, 113998. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113998>

- Milligan, T. (2023). From the Sky to the Ground: Indigenous Peoples in an Age of Space Expansion. *Space Policy*, 63, 101520. <https://doi.org/10.1016/j.spacepol.2022.101520>
- Murmann, M., Salmivaara, V. y Kibler, E. (2023). How Does Late-Career Entrepreneurship Relate to Innovation? *Research Policy*, 52(6), 104763. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2023.104763>
- Nguyen, T. T., Dao, T. T., Tran, T. B., Nguyen, H. T., Le, L. T. y Pham, N. T. (2024). Fintech Literacy and Digital Entrepreneurial Intention: Mediator and Moderator Effect. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(1), 100222. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2024.100222>
- Noel, L. A., Ruiz, A., Amstel, F. M. C. van, Udoewa, V., Verma, N., Botchway, N. K., Lodaya, A. y Agrawal, S. (2023). Pluriversal Futures for Design Education. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 9(2), 179–196. <https://doi.org/10.1016/j.sheji.2023.04.002>
- Núñez-Barahona, E. G. y Espinosa-Cristia, J. F. (2024). Liderazgo ético y comportamiento de los empleados. Análisis cuantitativo en la producción científica. *Región Científica*, 3(2). <https://doi.org/10.58763/rc2024295>
- Ode, E., Nana, R., Boro, I. O. y Ikyanyon, D. N. (2025). A Cross-Country Analysis of Self-Determination and Continuance Use Intention of AI Tools in Business Education: Does Instructor Support Matter? *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 8, 100402. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2025.100402>
- Olstad, D. L., Nejatinamini, S., Blanchet, R., Moubarac, J. C., Polsky, J., Vanderlee, L., Livingstone, K. M. y Pozveh, S. H. (2023). Protecting Traditional Cultural Food Practices: Trends in Diet Quality and Intake of Ultra-Processed Foods by Indigenous Status and Race/Ethnicity Among a Nationally Representative Sample of Adults in Canada. *SSM - Population Health*, 24, 101496. <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2023.101496>
- Passavanti, C., Ponsiglione, C., Primario, S. y Rippa, P. (2023). The Evolution of Student Entrepreneurship: State of the Art and Emerging Research Direction. *The International Journal of Management Education*, 21(2), 100820. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100820>
- Penados, F., Gahman, L. y Smith, S. J. (2023). Land, Race, and (Slow) Violence: Indigenous Resistance to Racial Capitalism and the Coloniality of Development in the Caribbean. *Geoforum*, 145, 103602. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2022.07.004>
- Pérez, A. J. y Sánchez, V. (2024). Derecho educacional y desarrollo sostenible: un análisis de su relación y líneas de desarrollo futuro. *Revista Academia & Derecho*, 15(28), 1–33. <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/academia/article/view/11839/11597>

- Rana, N. P., Pillai, R., Sivathanu, B. y Malik, N. (2024). Assessing the Nexus of Generative AI Adoption, Ethical Considerations and Organizational Performance. *Technovation*, 135, 103064. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.103064>
- Raudales-García, E. V., Acosta-Tzin, J. V. y Aguilar-Hernández, P. A. (2024). Economía circular: una revisión bibliométrica y sistemática. *Región Científica*, 3(1). <https://doi.org/10.58763/rc2024192>
- Rezazadeh, A., Kohns, M., Bohnsack, R., António, N. y Rita, P. (2025). Generative AI for Growth Hacking: How Startups Use Generative AI in Their Growth Strategies. *Journal of Business Research*, 192, 115320. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2025.115320>
- Riley, T., Meston, T., Cutler, C., Low Choy, S., McCormack, B. A., Kim, E. J., Nakar, S. y Vasco, D. (2024). Weaving Stories of Strength: Ethically Integrating Indigenous Content in Teacher Education and Professional Development Programmes. *Teaching and Teacher Education*, 142, 104513. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2024.104513>
- Rodgers, R. R., Beccia, A. L., Schaefer, L. M., Hazzard, V. M. y Burke, N. L. (2025). Individuals With Minoritized and Intersecting Identities in the Prevention of Body Image and Eating Disorder Pathology: Grounding Theoretical Frameworks of Resilience and Risk. *Clinical Psychology Review*, 117, 102554. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2025.102554>
- Rutten, L. D., Zengilowski, A., Lyra, F., Woznicki, N. y Muenks, K. (2024). “Only Some Can Succeed Here”: A Mixed Methods Study of How Faculty Unproductive Mindsets Relate to Gender, Racial, and First-Gen Representation in Higher Education. *Contemporary Educational Psychology*, 79, 102319. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2024.102319>
- Saleh, R. y Drouillon, P. (2025). Innovative Cultural Entrepreneurship. Testing and Prototyping Solutions in 6 European Regions. *Cities*, 162, 105924. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2025.105924>
- Sánchez, V., Eslava, R. y Jiménez, G. A. (2024). The metaverse in tension: lines of study and future of the field from the perspective of social sciences. *Metaverse Basic and Applied Research*, 3, 98. <https://doi.org/10.56294/mr2024.98>
- Schäfers, A., Bougioukos, V., Karamatzanis, G. y Nikolopoulos, K. (2024). Prediction-Led Prescription: Optimal Decision-Making in Times of Turbulence and Business Performance Improvement. *Journal of Business Research*, 182, 114805. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114805>
- Sharma, G. D., Taheri, B., Cichon, D., Parihar, J. S. y Kharbanda, A. (2024). Using Innovation and Entrepreneurship for Creating Edge in Service Firms: A Review Research of Tourism and Hospitality Industry. *Journal of Innovation & Knowledge*, 9(4), 100572. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100572>

- Shore, A., Tiwari, M., Tandon, P. y Foropon, C. (2024). Building Entrepreneurial Resilience During Crisis Using Generative AI: An Empirical Study on SMEs. *Technovation*, 135, 103063. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.103063>
- Sjödin, D., Parida, V. y Kohtamäki, M. (2023). Artificial Intelligence Enabling Circular Business Model Innovation in Digital Servitization: Conceptualizing Dynamic Capabilities, AI Capacities, Business Models and Effects. *Technological Forecasting and Social Change*, 197, 122903. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122903>
- Stewart, C. (2024). Anti-Oppressive Pedagogy in Dance/Movement Therapy Education: Embodied Experiences of Black, Indigenous, and Students of Color. *The Arts in Psychotherapy*, 89, 102151. <https://doi.org/10.1016/j.aip.2024.102151>
- Stewart, N. D. y Goddard, Y. (2023). Discussion Boards as a Pedagogical Tool Engendering Critical Race Conversations: Meeting Anti-Racist Aims to Raise Consciousness and Disrupt Whiteness. *Social Sciences & Humanities Open*, 7(1), 100426. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100426>
- Sundriyal, V. K. y Gabrielsson, J. (2024). The Employment Consequences of Founding an Incorporated Business Among STEM Founders: Evidence From Swedish Microdata. *Technovation*, 133, 103019. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.103019>
- Thomsen, B., Vassallo, J., Wright, C., Chen, S., Thomsen, J., Villar, D., Gosler, A., Best, T., Deshwal, A., Coose, S., Such, R., Huikuri, S., Fennell, S. R., Hincapié, M. A., Winfrey, D., Mirin, B. H., Pekrul, A., Riley, E. y Muurlink, O. (2024). Reimagining Entrepreneurship in the Anthropocene Through a Multispecies Relations Approach. *Journal of Business Venturing Insights*, 22, e00507. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2024.e00507>
- Vankov, D. y Wang, L. (2024). Education Program and Experiential Learning in Chinese Entrepreneurship Education: A Year-Long Social Cognitive Theory Intervention's Impact on Self-Efficacy and Intention. *International Journal of Innovation Studies*, 8(4), 381–392. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2024.07.002>
- Vanner, C., Holloway, A. y Almanssori, S. (2022). Teaching and Learning With Power and Privilege: Student and Teacher Identity in Education About Gender-Based Violence. *Teaching and Teacher Education*, 116, 103755. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2022.103755>
- Vecchiarini, M. y Somià, T. (2023). Redefining Entrepreneurship Education in the Age of Artificial Intelligence: An Explorative Analysis. *The International Journal of Management Education*, 21(3), 100879. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100879>

- Velásquez, L. A. y Paredes, J. A. (2024). Revisión sistemática sobre los desafíos que enfrenta el desarrollo e integración de las tecnologías digitales en el contexto escolar chileno, desde la docencia. *Región Científica*, 3(1). <https://doi.org/10.58763/rc2024226>
- Vo, D. T., Nguyen, L. V., Dang Pham, D. y Hoang, A. P. (2025). What Makes an App Authentic? Determining Antecedents of Perceived Authenticity in an AI-Powered Service App. *Computers in Human Behavior*, 163, 108495. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.108495>
- Weeks, F., Myerson, R., Gangnon, R., Dykema, J., Cornelius, C. y Green, T. (2025). Racial Disparities in Intrapartum Care Experiences and Birth Hospital Characteristics. *Social Science & Medicine*, 367, 117720. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2025.117720>
- Wibowo, A., Narmaditya, B. S., Suparno, Sebayang, K. D., Mukhtar, S. y Shafiai, M. H. (2023). How Does Digital Entrepreneurship Education Promote Entrepreneurial Intention? The Role of Social Media and Entrepreneurial Intuition. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 100681. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100681>
- Woods, M. (2022). Refugees, Race and the Limits of Rural Cosmopolitanism: Perspectives From Ireland and Wales. *Journal of Rural Studies*, 95, 316–325. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.09.027>