

Tecnologías Disruptivas y su Impacto en la Creación de Nuevos Negocios Empresariales

Disruptive Technologies and Their Impact on the Creation of New Business Enterprises

Erika Batista Gonzalez¹, Dr. Jorge Armando López-Lemus², Dra. Cecilia Ramos-Estrada³, Dr. Ramón Navarrete Reynoso⁴, Dr. Edgar René Vázquez González⁵, Dr. Omar Jair Purata Sifuentes⁶

¹Universidad de Guanajuato, e.batistagoznalez@ugto.mx; ²Universidad de Guanajuato jorge.lemusx@hotmail.com ORCID: 0000-0001-6989-1065;

³Universidad de Guanajuato c.ramosestrada@ugto.mx; ⁴Universidad de Guanajuato, ramon.navarrete@ugto.mx; ⁵Universidad de Guanajuato, edgar10@ugto.mx; ⁶Universidad de Guanajuato, opurata@ugto.mx

Resumen

El objetivo principal de este estudio es conocer y analizar la asociación que existe entre las tecnologías disruptivas y la creación de nuevos negocios empresariales en el sur de Guanajuato, México. El marco metodológico empleado en el estudio fue cuantitativo, exploratorio, observacional y transversal. Se analizó a un total de 97 líderes emprendedores que desarrollaron y aún gestionan una unidad de negocio. Para probar las hipótesis del estudio, se realizaron regresiones lineales, así como correlaciones entre las variables de interés mediante el software SPSS. El nivel de significancia del modelo propuesto resultó ser totalmente aceptable. De acuerdo con los hallazgos del estudio, las tecnologías disruptivas se asocian positiva y significativamente con la generación de nuevos negocios empresariales. En este sentido, las tecnologías disruptivas no deben entenderse únicamente como una herramienta tecnológica, sino como un agente cognitivo y estratégico que transforma la lógica de creación de valor y captura de beneficios en los nuevos negocios.

Palabras clave: Tecnología; Emprendimiento; Inteligencia Artificial.

Introducción

El emprendimiento se ha consolidado como un motor clave del progreso socioeconómico al dinamizar la economía local y potenciar la innovación y el empleo (Bowen *et al.* 2024). Este fenómeno fortalece la resiliencia comunitaria cuando la intención emprendedora se canaliza a través de modelos sostenibles adaptados a las exigencias global. donde el uso de la inteligencia artificial (IA) juega un papel determinante como estrategia disruptiva

No obstante, el ecosistema en México enfrenta un panorama crítico; según el Monitor Global de Emprendimiento y el Instituto del Fracaso (GEM, 2026; TheFailureInstitute, 2026). la mitad de las nuevas empresas no superan los dos años de vida. A esto se suma una escasa adopción de la economía circular y de la IA, factores que comprometen la competitividad y permanencia de los proyectos en el país.

Bajo esta premisa, el presente estudio se propone examinar el efecto combinado que las estrategias disruptivas y la economía circular ejercen sobre la intención emprendedora. El propósito fundamental es determinar líneas de acción y tácticas específicas que faculden a los nuevos empresarios para establecer sus proyectos con solidez, permitiéndoles una inserción competitiva y estratégica dentro de entornos comerciales caracterizados por su alta volatilidad y dinamismo constante.

Tecnologías disruptivas

La tecnología disruptiva se define como aquella innovación capaz de transformar integralmente los mercados y el emprendimiento mediante modelos de negocio que desplazan las soluciones convencionales, instaurando dinámicas competitivas que reconfiguran sectores productivos competitivos (Păvăloaia y Necula, 2023).

Las estrategias empresariales disruptivas (Kaurav y Mishra, 2024) refieren a este tipo de enfoque empresarial que se busca transformar tanto a los modelos de negocio y emprendimiento como las industrias la introducción de nuevas tecnologías que puedan proporcionar modelos. Según Cardoso, estos enfoques se centran en tres ejes: la redefinición de las cadenas de valor para eliminar intermediarios, la ampliación de la accesibilidad a mercados antes excluidos y el escalamiento acelerado mediante infraestructuras digitales que permiten un crecimiento exponencial a bajos costos (Cardoso *et al.*, 2024; Kaurav y Mishra, 2024).

Escalar rápidamente: es aprovechar las nuevas tecnologías, plataformas digitales, así como infraestructuras en las que la nube y los beneficios y efectos que promueve la red para crecer son costos lineales (Alayón Rodríguez, 2021; Cardoso *et al.*, 2024; Kaurav y Mishra, 2024).

En este sentido, la inteligencia artificial se posiciona como un recurso estratégico esencial para evolucionar desde esquemas de gestión convencionales hacia estructuras operativas centradas en la optimización de la toma de decisiones. Esta transición tecnológica permite a las organizaciones abandonar metodologías rígidas y adoptar sistemas inteligentes que incrementan la precisión y la eficiencia en entornos de alta complejidad.

Creación de Nuevos Negocios Empresariales

Fomentar la intención emprendedora es hoy una prioridad estratégica, pues orienta la transformación de ideas innovadoras en realidades comerciales sólidas en ideas de negocio (Padilla-Rivera *et al.*, 2024).

En la literatura, esta intención se define como el proceso de motivar a un individuo para que adquiera la confianza de crear productos o empresas con valor económico cuando se encuentran en proceso de formación o profesionalización en el ámbito de los negocios. Es decir, generar y desarrollar y generar emprendimientos.

(Pascucci *et al.*, 2022) señalan- evalúan la disposición y objetividad del emprendedor para gestionar sus iniciativas la conciencia ambiental, la responsabilidad social y el uso eficiente de los recursos como elementos generadores de valor en los proyectos de emprendimiento convierte en un factor decisivo, ya que permite transformar prácticas tradicionales, potenciar la innovación y abrir nuevas áreas de oportunidad mediante la integración de modelos de negocio basados en la circularidad y la sostenibilidad

A partir de la revisión teórica efectuada, se proponen los siguientes planteamientos hipotéticos:

H₁: Existe una asociación positiva y significativa entre la tecnología disruptiva y la creación de nuevos negocios empresariales

H₂: Las tecnologías disruptivas actúan como un factor de influencia positiva sobre la creación de nuevos negocios empresariales

Método

El marco metodológico del presente estudio radica mediante un enfoque cuantitativo y explicativo con la finalidad de evaluar el comportamiento de las variables seleccionadas, centrando el análisis en la influencia de las tecnologías disruptivas en la generación y la generación de nuevos negocios empresariales. El tipo de estudio fue transversal recolectando datos en una sola fase temporal, así como explicativa.



El muestreo fue de tipo no probabilístico intencional, enfocado en líderes emprendedores que cuentan con una experiencia de al menos año la generación de un nuevo negocio empresarial activos. La recolección se efectuó mediante una plataforma en línea. En total, se contó con una muestra de 97 participantes, descritos detalladamente en la Tabla 1.

Tabla 1. Estadística descriptiva de la muestra

	Muestra (n=97)	Porcentaje
Sexo		
Masculino	49	50.5%
Femenino	48	49.5%
Edad		
Menos de 30 años	33	34.0%
31 a 40 años	16	16.5%
41 a 50 años	24	24.7%
Más de 51 años	24	24.8%
Escolaridad		
Licenciatura	32	33.0%
Posgrado	65	67.0%
Sector		
Industria	97	100%

Se empleó el software *SPSS Statistics v.26* tanto para la estadística descriptiva como para el desarrollo del modelo de regresión lineal necesario para la comprobación de hipótesis.

Al correlacionar las variables principales del estudio, se identificó una asociación positiva de ($r=0.63$; $p<0.05$) lo que demuestra una relación directa entre la adopción tecnológica disruptiva y nuevos negocios empresariales. Estos valores, basados en el coeficiente de Pearson (Bonnet y Wright, 2000; Pearson, 1929; 1931). se presentan de forma pormenorizada en la Tabla 2.

Tabla 2. Estadística descriptiva: media, desviación estándar, varianza y correlación de variables.

Variables	Media	Desviación estándar	Varianza	1	2
Tecnologías disruptivas	5.62	0.91	0.84	1.00	
Nuevos negocios empresariales	4.88	1.46	2.15	0.63**	1.00

La confiabilidad de la variable tecnología disruptiva se midió empleando la escala desarrollada por Chávez-Hernández. Este instrumento emplea una escala de Likert de 5 puntos donde 1 representa “Totalmente en desacuerdo” a 5 “Totalmente de acuerdo”. Por su parte, para la medición de nuevos negocios empresariales, se aplicó el instrumento de (Liñán y Yi-Wen, 2006). Esta herramienta utiliza una escala Likert de 7 niveles para la recolección de datos. Para garantizar la estabilidad de las mediciones, se calculó el Alfa de Cronbach,

resultando en coeficientes de 0.93 y 0.91 respectivamente, los cuales muestran una consistencia interna robusta acorde a la literatura especializada (Cronbach, 1951; Hair *et al.*, 2017; Tavakol y Dennick, 2011).

En cuanto a la validez del constructo, se desarrolló un análisis factorial confirmatorio (AFC) de los cuestionarios bajo un método estadístico de extracción por métodos principales, considerando una rotación ortogonal varimax con la finalidad de maximizar las estimaciones a través de las cargas a nivel factor, es decir, que cada una de las variables observables sea representativa en cada uno de los componentes encontrados (Méndez y Rondón, 2012), manteniendo aquellos ítems cuyas estimaciones en las cargas factoriales sean igual o superior a 0.40 (Hair *et al.*, 2017). En este sentido, el análisis de la adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO=0.92) y la prueba de esfericidad de Bartlett ($\chi^2_{(136)} = 2380$; $p < 0.001$) resultaron ser suficientemente satisfactorios (Correa *et al.*, 2006; Kaiser, 1970) mismos que explican el 72.3% de la varianza total explicada ($DR^2=0.723$) del fenómeno estudiado.

Tabla 3. Cargas factoriales estandarizadas. Diseño Propio.

Variables predictoras	Componente 1	Componente 2
TD_UE1	0.81	
TD_UE2	0.84	
TD_UE3	0.79	
TD_UE4	0.83	
TD_AD1	0.82	
TD_AD2	0.85	
TD_AD3	0.80	
TD_AD4	0.83	
TD_IO1	0.81	
TD_IO2	0.84	
TD_IO3	0.79	
NGE1		0.79
NGE2		0.83
NGE3		0.86
NGE4		0.82
NGE5		0.85
NGE6		0.78

Nota: TD= Tecnologías disruptivas; NGE= Nuevos Negocios empresariales.

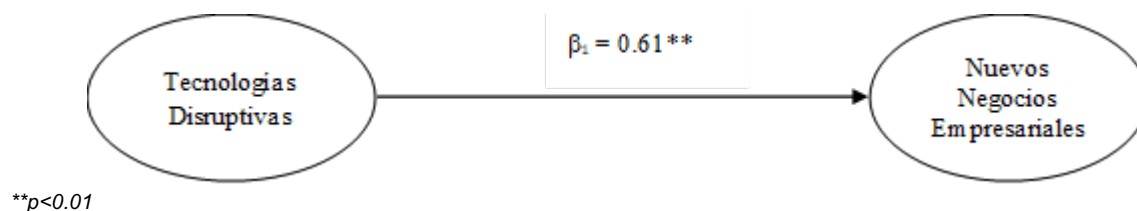


Figura 1. Modelo de regresión lineal mediante la variable exógena sobre la endógena. Diseño propio.

Resultados

Para contrastar la H_1 : Existe una asociación positiva y significativa entre la tecnología disruptiva y la creación de nuevos negocios empresariales. se recurrió al análisis de correlación de Pearson (Bonnet y Wright, 2000; Pearson, 1929; 1931). De acuerdo con el resultado ($r=0.63$; $p<0.001$), se confirma que existe una asociación positiva y significativa entre las variables de estudio. En este sentido se valida la hipótesis H_1 .

Para evaluar la hipótesis H_2 , misma que sostiene que las tecnologías disruptivas actúan como un factor de influencia positiva sobre la creación de nuevos negocios empresariales, se examinaron los resultados de la regresión lineal. De acuerdo con los resultados de la regresión se comprueba que las tecnologías disruptivas influyen ($\beta_1=0.61$; $p<0.01$) de manera positiva y significativa sobre la generación de nuevos negocios empresariales. De esta manera, se acepta la hipótesis H_2 .

Conclusiones

El uso de tecnologías disruptivas como la inteligencia artificial constituye actualmente un factor estructural en la generación de nuevos negocios empresariales, al ampliar significativamente la capacidad de los emprendedores para identificar oportunidades, reducir la incertidumbre y optimizar la toma de decisiones estratégicas. Asimismo, las tecnologías disruptivas favorecen la innovación en modelos de negocio, permitiendo propuestas de valor altamente diferenciadas y difíciles de replicar, lo que incrementa el potencial de generación de rentas económicas sostenibles (Sophocleous, 2025). En este sentido, la adopción estratégica de las tecnologías disruptivas no solo impulsa nuevas empresas, sino que redefine las bases competitivas del emprendimiento contemporáneo.

Desde una perspectiva económico-organizacional, las tecnologías disruptivas se consolida como un motor de creación de negocios lucrativos, al posibilitar eficiencias operativas, escalabilidad acelerada y aprendizaje organizacional continuo. En consecuencia, las tecnologías disruptivas no deben entenderse únicamente como una herramienta tecnológica, sino como un agente cognitivo y estratégico que transforma la lógica de creación de valor y captura de beneficios en los nuevos negocios.

Referencias

- Alayón Rodríguez, E. E. (2021). Tecnologías disruptivas en la transformación digital de las organizaciones en la industria 4.0. *Revista Scientific*, 6(21), 267–281. Doi: 10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2021.6.21.14.267-281.
- Bonnet, D., y Wright, T. (2000). Sample size requirements for estimating Pearson, Kendall and Sperman correlations. *Psicometrika*, 65(1), 23-28. <https://doi.org/10.1007/BF02294183>
- Bowen, R., Burvill, S., Cummings, B., y Themelidis, L. (2024). A new approach to entrepreneurship and regional development: Key roles of purpose and well-being in the Swansea Bay City Region. *International Journal of Entrepreneurial Behavior y Research*, 30(10), 2443–2462, <https://doi.org/10.1108/IJEBR-03-2023-0320>
- Cardoso, A., Figueiredo, J., Oliveira, I., y Pocinho, M. (2024). From crisis to opportunity: Digital transformation, digital business models, and organizational resilience in the post-pandemic era. *Administrative Sciences*, 15(6), 193, Doi: 10.3390/admsci15060193.
- Correa, J., Iral, R., y Rojas, L. (2006). Estudio de potencia de pruebas de homogeneidad de varianza. *Revista Colombiana de Estadística*, 29(1). Pp. 57-76. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=89929104>
- Cronbach, L. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, pp 297-335. doi:<https://doi.org/10.1007/BF02310555>



- Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2026). Global Entrepreneurship Monitor 2025/2026 Global Report: From Uncertainty To Opportunity. London: GEM.: London Business School. <https://www.gemconsortium.org/reports/latest-global-report>
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., y Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS SEM) (2a Ed.)*. SAGE Publications.
- Kaiser, H. (1970). A second generation Little Jiffy. *Psychometrika*, 35, 401-415. <https://doi.org/10.1007/BF02291817>
- Kaurav, R., y Mishra, V. (2024). Review of technologies and disruptive business strategies. *Emerald Publishing*. Doi: 10.1108/S2754-5865202403.
- Liñan, F., y Yi-Wen, C. (2006). Testing the Entrepreneurial Intention Model on a Two-Country Sample. *Barcelona, ESP.: Departament d'Economia de l'Empresa*.
- Méndez, C., y Rondón, M. (2012). Introducción al análisis factorial exploratorio. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 41(1), 197-207. DOI: 10.1016/S0034-7450(14)60077-9
- Padilla-Rivera, A., Morales-Brizard, M., Merveille, N., y Güereca-Hernández, L. (2024). Carriers, challenges, and opportunities in the adoption of the circular economy in Mexico: An analysis through social perception. *Recycling*, 9(5), 71. Doi: 10.3390/recycling9050071.
- Pascucci, T., Cardella, G., Hernández-Sánchez, B., y Sánchez-García, J. (2022). Environmental sensitivity to form a sustainable entrepreneurial intention. *Sustainability*, 14(16), 10398. Doi: 10.3390/su141610398.
- Păvăloaia, V., y Necula, S. (2023). Artificial intelligence as a disruptive technology—A systematic literature review. *Electronics*, 12(5), 1102. Doi: 10.3390/electronics12051102.
- Pearson, E. S. (1929). Some notes on sampling tests with two variables. *Biometrika*, 21, 337-360. <https://doi.org/10.2307/2332565>
- Pearson, E. S. (1931). The test of significance for the correlation coefficient. *Journal of the American Statistical Association*, 26, 128-134. <https://www.jstor.org/stable/i314054>
- Sophocleous, H. (2025). Harnessing Big Data and Artificial Intelligence for Entrepreneurial Innovation: Opportunities, Challenges, and Strategic Implications. *Encyclopedia*, 5(3), 122, Doi: 10.3390/encyclopedia5030122.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55. doi: 10.5116/ijme.4dfb.8dfd.
- TheFailureInstitute. (2026). Causes of failure in social enterprises in Mexico. *The Failure Institute*. <https://thefailureinstitute.com/es/reports/socialenterprises/>

