

ASPECTOS COGNITIVOS DEL EMPRENDEDOR. UNA MIRADA DESDE LA TEORÍA COGNITIVA DE LA ORGANIZACIÓN

MSc. Jeanette Celeste Fernández Parra
Universidad Nacional Experimental del Yaracuy.
San Felipe, Venezuela
jeafernandez@hotmail.com, jfernandez@uney.edu.ve

Resumen

El impacto socioeconómico que tienen los emprendedores en el desarrollo de cualquier país es invaluable, ya que dinamizan el crecimiento y tejido empresarial, así como también, impulsan el desarrollo social, de allí la importancia de conocer los factores que influyen en ellos, al tomar la decisión de iniciar una empresa; y este reconocimiento, no sólo debe hacerse al emprendedor como agente económico, sino también, como un ser social, cuyos aspectos intrínsecos a su ser, tienen una significancia indudable en su comportamiento. Son muchos los factores que influyen en su comportamiento, no obstante, para efectos de esta investigación, se van a analizar, los aspectos cognitivos, específicamente, los sesgos cognitivos. Es por esta razón que, mediante una revisión teórica, basada en una metodología documental de análisis de textos, y artículos científicos, se busca conocer los aspectos cognitivos que influyen en las decisiones de los emprendedores al crear una empresa, tomando en cuenta los aportes dados por la Teoría Cognitiva de la Organización (TCO), a fin de poder entender la relación que existe entre estos elementos, y poder seguir profundizando en este campo de conocimiento fundamental desde el punto de vista organizacional y económico. Posterior a la revisión que ocupa esta investigación, finalmente, se pudo constatar que, los seres humanos, y haciendo referencia especial a los emprendedores, toman decisiones racionales, pero en ocasiones acuden a elementos no racionales, para poder llevar a cabo el proceso decisor. En este caso, entran en juego, los aspectos cognitivos, en especial los sesgos cognitivos, ya que permiten simplificar el proceso y permiten tomar decisiones más rápidas, basadas en conocimientos y experiencias previas, aun cuando exista incertidumbre en el entorno.

Palabras clave: *Emprendedor, Toma de Decisiones, Sesgos Cognitivos.*

Recibido: 28/06/2022

Aceptado: 28/11/2022

Revista In Situ/ISSN 2610-8100/Vol. 6 N°6/ Año 2023.

San Felipe, Venezuela/Universidad Nacional Experimental del Yaracuy, pp. 181 - 200

COGNITIVE ASPECTS OF ENTREPRENEUR.

A LOOK FROM THE COGNITIVE ORGANIZATION THEORY

MSc. Jeanette Celeste Fernández Parra

Universidad Nacional Experimental del Yaracuy.

San Felipe, Venezuela

jeafernandez@hotmail.com, jfernandez@uney.edu.ve

Abstract

The socioeconomic impact that entrepreneurs have on the development of any country is invaluable, since they stimulate growth and business subject matter as well as promote social development. Hence, the importance of knowing the factors that influence them when making the decision to start a business; and this recognition must not only be made to the entrepreneur as an economic agent, but also as a social being, whose intrinsic aspects to his being have an undoubtable significance in his behavior. There are many factors that influence his behavior, however, for the purposes of this research, cognitive aspects, specifically cognitive biases, will be analyzed. That is why, through a theoretical review, based on a documentary methodology of text and scientific articles analysis, it is sought to know the cognitive aspects that influence entrepreneurs' decisions when creating a company, taking into account the contributions given by the Cognitive Organization Theory (COT), in order to understand the relationship that exists among these elements, and to be able to continue deepening in this field of fundamental knowledge from the organizational and economic point of view. After the review concerning this research, finally, it was possible to verify that human beings, and with special reference to entrepreneurs, make rational decisions, but sometimes resort to non-rational elements, in order to carry out the decision-making process. In this case, cognitive aspects come into play, especially cognitive biases, since they permit to simplify the process and allow faster decisions to be made, based on previous knowledge and experience, even though there exists uncertainty in the environment.

Keywords: *Entrepreneur, Decision Making, Cognitive biases.*

Introducción

La realidad que se vive en este siglo XXI, sin duda alguna, se caracteriza por rápidos cambios y complejas circunstancias, por tanto, quienes cohabitamos en ella, debemos estar en un constante proceso de adaptación, a fin de poder dar respuestas y hacer frente a los diferentes retos que se van suscitando en ella. De esta realidad no escapan las organizaciones y sus procesos gerenciales, independientemente, de su naturaleza, localización, o tamaño, ya sean grandes o pequeñas, deben estar atentas a las condiciones del medio en el cual se desenvuelven, y así para poder perdurar en el tiempo. En este sentido, y haciendo referencia, a las pequeñas empresas, se resalta la figura de los emprendedores, quienes impulsan estas iniciativas empresariales, y que, inexorablemente, también deben estar a la vanguardia de las innovaciones requeridas por un entorno complejo y demandante; todo ello, requiere la imperiosa necesidad de tomar decisiones rápidas y eficientes, orientadas a satisfacer las expectativas propias y de terceros, tal como lo plantea, Morales y Zabransky (2016).

Ahora bien, siendo los emprendedores personas que fungen como agentes de cambio, con habilidades para manejar e integrar los recursos, Schumpeter, (1983), Timmons y Spinelly (2009), tienen per se un significado fundamental, debido a su papel dinamizador en el tejido empresarial, así como, en el desarrollo socioeconómico de cualquier país; esto ha generado que investigadores indaguen a cerca de lo que impulsa a algunas personas a decidir, entre ser o no ser emprendedores, Kannadhasan, Aramvalarthan y Pavan (2014). De lo anterior se desprende la insoslayable atención que debe dárseles, no sólo por su evidente aporte a la economía, sino también, por la necesidad de comprender los diferentes factores intrínsecos al ser y que influyen en sus decisiones.

No obstante, de acuerdo a Mitchell et al (2007); Gudmundsson y Lechner, (2013); Stevenson y Jarillo, (1990), desde las primeras apariciones del término emprendedor en documentos y ensayos económicos (siglo XVIII), y aún en muchas investigaciones en el siglo XXI, se sigue destacando a la figura del emprendedor, sólo como un agente económico, de la misma manera, sus acciones –el emprendimiento- se relaciona solamente con una visión instrumentalista, relativa al hecho de la elaboración de proyectos, dejando de lado, la dimensión humana y social, que responde a su realidad, a la experiencia de sus vivencias, sus percepciones, sentimientos, y procesos cognitivos en general.

De acuerdo a lo anterior, es importante señalar que en las últimas décadas se ha planteado una nueva perspectiva humana de las Ciencias Adminis-

trativas, en torno al emprendimiento, ya que el mismo, es considerado una práctica social, Orrego (2009), razón por la cual, es necesario comprenderlo, de acuerdo a su expresión y conducta, así como los aspectos culturales, para poder tener una perspectiva holística de su ser, Bandura (2002). A tal efecto Arias (2021), menciona la importancia de agregar a este análisis, el aspecto afectivo y cognitivo.

En este sentido, se hace necesario, tener un acercamiento a los diferentes constructos teóricos que se han ido generando en el área de las organizaciones, a tal efecto, Zapata y Hernández (2017a), aluden que, en los últimos tiempos, han ido emergiendo una amplia base epistemológica orientada a conocer, cómo interactúan las organizaciones con su entorno, entre algunas de las teorías, se pueden nombrar las siguientes: la Teoría Contingente, Teoría de Ecología de las Poblaciones, Teoría de Dependencia de Recursos, Teoría Institucional, Teoría de Agencia, entre otras.

A la par de estas teorías en el marco organizacional, han emergido otros enfoques, que se centran, ya no tanto en la interacción organización-entorno, sino que hacen énfasis en el individuo, dentro estas nuevas visiones se pueden mencionar al Enfoque Cognitivo de las Organizaciones o la Escuela Cognitiva, como la denomina Mintzberg, Ahlstrand y Lampel, (1998), resaltando de esta visión, la Teoría Cognitiva de las Organizaciones (TCO), la cual ha emergido de una serie de investigaciones que se han orientado al estudio del comportamiento, así como, al análisis de la mente y estructuras de pensamiento de quienes tienen a su cargo la dirección de empresas. (Zapata y Mirabal, 2018).

Aunado a esto, es importante agregar que la TCO, basada en los aportes teóricos de la Psicología cognitiva, analiza el comportamiento de los tomadores de decisiones, frente a escenarios de incertidumbre, complejidad y competitividad, observando los elementos cognitivos que participan en ello, entre los cuales se pueden mencionar: las estructuras y procesos cognitivos, así como, los mapas y sesgos cognitivos, a fin de comprender la capacidad del individuo en este particular, tal como lo plantean (Zapata y Canet, 2009).

Para efectos de esta investigación se analizan los aspectos cognitivos que influyen en las decisiones de los emprendedores, en concordancia con ello, se hace necesario asirse de las premisas planteadas en la Teoría Cognitiva de la Organización, ya que, abordan la influencia de estos aspectos en las decisiones gerenciales de quienes son los responsables de crear, dirigir y decidir en una empresa, (Zapata y Canet, citado).

De acuerdo a lo expresado por Mitchell et al. (citado), existen acercamien-

tos conceptuales en torno a la cognición empresarial, y al espíritu empresarial, sin embargo, muchas de estas investigaciones son referidas a los gerentes de empresas grandes (corporativos), por consiguiente, es también de vital importancia conocer, de qué manera los emprendedores procesan la información y generan sus pensamientos, cuando toman la decisión de lanzarse a la aventura de crear una empresa.

En este sentido, vale la pena señalar que, en algunos contextos teóricos, los términos emprendedor y gerente tienden a una natural simbiosis, e incluso son usados como símiles, sin ser excluyentes, sin embargo, para efectos de esta investigación, se referirá al emprendedor, como la persona que crea una nueva iniciativa empresarial, por otro lado, se asumirá como gerente corporativo, a aquella persona que ejerce su rol gerencial en una empresa ya constituida. (Orrego, citado; Mitchell et al. citado).

En atención a lo anterior, se plantean como propósito de esta investigación, analizar los aspectos cognitivos que influyen en las decisiones de los emprendedores al crear una empresa, tomando en cuenta los aportes dados desde el constructo teórico del Enfoque Cognitivo de la Organización, específicamente la Teoría Cognitiva de la Organización (TCO), para tal fin, se realiza una investigación teórica, mediante el análisis de textos, documentos y artículos científicos, a fin de poder conocer y comprender la visión que han tenido diferentes autores al relacionar estos elementos: los aspectos cognitivos y el emprendimiento.

Atendiendo a la idea anterior, Orrego (citado) plantea que desde una visión sociológica, el emprendimiento representa la conjunción de diferentes aspectos inherentes al ser humano, como sus valores, creencias, actuaciones y experiencias, así como, los conocimientos que traiga consigo, integrando todo con la finalidad de lograr un objetivo en pro de una sociedad, en función de ello, se plantea, una visión del emprendedor más allá de lo económico, y se orienta la mirada hacia aquellos factores que influyen en su comportamiento, a tal efecto, Torres y Melean (2021), confirman esta idea al señalar que, el emprendimiento representa todo un proceso cuyo alcance no es sólo económico, sino también social, que funcionan y se relacionan como agentes dinámicos, compartiendo conocimiento de manera propositiva con su entorno.

De allí, la necesidad de relacionar estos aspectos, al tiempo que se plantea una manera holística de ver el fenómeno del emprendimiento, y en definitiva, se busca profundizar en nuevos elementos epistémicos en torno al tema, como lo es la cognición emprendedora, la cual es definida por Mitchell, et al.

(2007); Aragón (2014), Busenitz y Álvarez, (2001), como aquellas estructuras de conocimiento, que sirven para tomar decisiones mediante juicios de valor, en la detección y evaluación de oportunidades de creación o crecimiento de una empresa. Al respecto, Kanheman (2003), afirma que los seres humanos tienen a su disposición elementos racionales que les permiten llevar a cabo el proceso decisor, no obstante, ocasionalmente deben acudir a lo no racional, y esto afirma el autor, se relaciona con la intuición, así como también, con estos aspectos cognitivos, que ayudan en dicho proceso y que simplifican volúmenes muy grandes de información.

En atención a lo anteriormente mencionado, en los siguientes apartados se abordarán los elementos conceptuales del emprendedor, emprendimiento, así como los aportes de la TCO, a fin de poder comprender y poder relacionar estos campos de conocimiento.

Acercamiento Conceptual del Término Emprendedor

Ciertamente, ya se ha definido el término emprendedor en investigaciones previas, y es menester de este documento tener como punto central, los aportes de la Teoría Cognitiva de la Organización, a tal efecto, se realiza un breve recorrido conceptual por el término emprendedor y sus características, a fin de poder establecer los puntos de encuentro entre estos elementos.

En torno a los términos emprendedor o emprendimiento, han ido emergiendo a lo largo de las últimas décadas, diversas definiciones, en tal sentido, es importante rastrear el origen semántico del mismo, el cual proviene del término francés *entrepreneur* (pionero), Rodríguez y Urbiola, (2019); Vázquez, (2017); Gama, (2004), que, a su vez, viene de “*entreprendre*” que significa “hacer algo”, y hacerlo bien, Vázquez (citado). Por su parte, Castillo (1999), revela que era un término usado para referirse a personas aventureras que iniciaban viajes hacia el Nuevo Mundo, tal como lo hiciera, Cristóbal Colón, (Castillo, citado); (Fernández, 2020).

Una de las primeras apariciones del término de manera escrita, se ha ubicado, a finales del siglo XVIII, en un tratado realizado por un banquero Francés, llamado Richard Cantillon denominado: *Essai sur la nature du commerce en général* que se traduce como: “Ensayo en la Naturaleza General del Comercio”, de acuerdo a Gama (citado), es esta, la primera teoría económica sobre el emprendimiento, en donde el autor, hace referencia en su obra, a la importancia de los empresarios de pequeños negocios, en los diferentes principados y poblados que iban emergiendo. (Cantillon, 1755/1950)

Posteriormente, en el siglo XX, desde el punto de vista teórico- investigativo, se resaltan investigaciones, tales como, la del profesor en la Universidad de Harvard Joseph Schumpeter, con sus ideas alrededor de la Destrucción creativa, (Castillo, citado); (Fernández, citado), de allí en adelante surgen otras posiciones que apoyan, así como también, se oponen a las ideas Schumpeterianas, entre las que se mencionan los Teóricos de la Escuela Austríaca; y de esta manera, van surgiendo nuevas posturas al respecto. (Mintzberg et al. citado).

De lo anterior se desprende la importancia de conocer las diferentes perspectivas que se han venido generando en torno al estudio del emprendimiento y del emprendedor, en este caso, Stevenson y Jarillo (citado); Lanzas et al, (2009); Aragón (2014), plantean que estos se han venido agrupando en los siguientes enfoques:

- Enfoque económico: analizan al individuo como un “homo economicus” y el impacto de sus acciones en el desarrollo o crecimiento económico, más no se interesan por saber “el por qué lo hace”. En este caso, se puede mencionar a la Escuela de Schumpeter, y la Escuela Austríaca.
- Enfoque psicológico- sociológico: Stevenson y Jarillo (citado), mencionan que investigadores como, David McClelland, entre otros, toman en cuenta sus motivaciones, “el por qué lo hace”, los aspectos de la personalidad, influencia de las experiencias pasadas y su entorno inmediato.
- Enfoque gerencial: se analizan las características del emprendedor, y la manera cómo lograron sus objetivos, independientemente de lo que los motivó a hacerlos, se considera la gestión como acción.
- Enfoque cognitivo: se analizan los procesos cognitivos del emprendedor y todo el conocimiento que se genera y forma parte de su aprendizaje, contribuyendo a la toma de decisiones a la hora de crear una empresa (Busenitz y Barney, 1997).

Características del Emprendedor

Al igual que existen diversos conceptos del emprendedor, existen diferentes tipos de caracterizaciones, en este sentido, Valera (2010) afirma que se debe ser muy acucioso en los diferentes aspectos a considerar, más allá de hacer una lista, por lo que ha venido realizando varios estudios en donde ha clasificado y diferenciado ciertos atributos como se observa en la Tabla 1:

Tabla 1: Clasificación de los atributos de un emprendedor.

Factores motivacionales	Características de comportamiento	Características físicas	Características intelectuales
<ul style="list-style-type: none"> • Son motivados al mejoramiento continuo. • Necesidad de: <ul style="list-style-type: none"> • Logro. • Aprobación. • Aumentar los beneficios económicos. • Independencia. • Escape. 	<ul style="list-style-type: none"> • Liderazgo/Persuasivo. • Toma de iniciativa. • Versatilidad y Flexibilidad. • Honestidad/Integridad y confiabilidad. • Gran sentido de Responsabilidad social. • Capacidad de conseguir recursos. • Tolerancia a la incertidumbre. • Compromiso/perseverancia • Orientación a las metas • Centro de control interno/Confianza en sí mismo • Baja necesidad de poder y status. • Capacidad de decisión. • Estabilidad emocional. • Asume riesgos calculados. • Optimistas. • Planificador sistemático. 	<ul style="list-style-type: none"> • Energía. • Buena salud. • Trabajan duro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creatividad/Imaginación/Innovación. • Conocimiento del negocio. • Capacidad de solución de problemas. • Realismo. • Inteligencia/habilidad conceptual. • Capacidad de analizar el ambiente con una visión comprensiva de los problemas. • Capacidad para crear nuevas fuentes de empleo y riqueza. • Capacidad para manejar recursos eficientemente.

Fuente. Elaboración propia, adaptado de Valera (2010)

Fundamentos Generales de la Teoría Cognitiva de la Organización

La gerencia de las organizaciones, ha sido el epicentro de muchas investigaciones en las Ciencias Sociales, desde donde se han abordado -entre otras cosas - diferentes enfoques a fin de comprender la manera en cómo se lleva a cabo la toma de decisiones por parte de quienes dirigen, una empresa, así como también, incluyen a quienes se aventuran en iniciar una empresa, haciendo referencia a los emprendedores (Morales y Zabransky, citado).

En consonancia con lo anterior, cabe resaltar que la Psicología Cognitiva, podría tener sus raíces, de acuerdo con Arias (citado), en los grandes pensadores de la Filosofía Griega, en donde se dan las primeras concepciones sobre el origen del mundo y el rol de los seres humanos, filósofos como Platón, Aristóteles, Descartes y Sócrates, profundizaban sobre el ser y su comportamiento, asimismo, aspectos del pensamiento tales como la percepción, la memoria. Por otra parte, Urra, Medina y Acosta (2011), resaltan que Platón reflejaba la importancia y la necesidad de distinguir entre lo racional y lo irracional. De igual manera, la iglesia en la Edad Media, hizo grandes aportes, en el área del autoconocimiento. Ya en la edad moderna aportes fundamentales de autores como, Kant, e ideas posteriores de Karl Popper, con el Falsacionismo, sin dejar de mencionar que también existieron grandes aportes en al análisis del lenguaje y la estructura del pensamiento.

A tal efecto, Arias (citado, p.11), afirma: “Todos estos planteamientos en su conjunto, sirvieron de base para el análisis lógico de la mente, y abrieron la posibilidad de operacionalizar los constructos psicológicos dentro del marco de la investigación científica”, por lo tanto, fenómenos que habían sido analizados desde el punto de vista filosófico, ahora son abordados de manera científica y sistemática, permitiendo que, áreas de conocimiento como la Gerencia, aborden la comprensión de las organizaciones internamente y sus relaciones con el entorno, a la hora de diseñar estrategias y tomar decisiones (Zapata y Barón, 2017).

En la actualidad, la Psicología Cognitiva sigue realizando conexiones con otras disciplinas, tales como antropología, la lingüística, neurociencia, el neuromarketing y la computación, siendo este último aporte, un aspecto fundamental ya que de acuerdo a Arias (citado), dominios de conocimiento como la computación, sólo por mencionar algunos, han permitido comenzar a ver la mente humana diferente, con nuevas categorías en torno a la psicología, es por ello que, se trae a colación la investigación realizada en este tema por Herbert Simon en 1958, quien más adelante, en el año 1978, se haría acreedor del Premio Nobel de Economía, por su gran contribución al mundo empresarial, al analizar la manera en cómo los individuos toman las decisiones, realizando una analogía del cerebro humano con un procesador de computadora, si bien es cierto, no fue el único estudio al respecto, para ese momento, pero la manera en cómo este investigador lo relacionó específicamente, con el campo gerencial fue de gran aporte al análisis cognitivo de las organizaciones, (Arias, citado).

Las investigaciones de March y Simon (1958), representan unas de las pioneras en el enfoque cognitivo de las organizaciones, se destacan entre sus aportes, la Teoría de la Racionalidad Limitada, la cual plantea que, los seres humanos a la hora de tomar decisiones, en momentos difíciles con alta incertidumbre, tienen limitaciones (propias del ser humano), éste requeriría de modelos simplificados que le ayuden tomar las mejores decisiones. Al respecto, este autor propuso la idea de que el cerebro trabajaba como un sistema, que se valía de herramientas para procesar la información, entre las cuales se encontraban el juicio y la intuición, dando paso con esto a los elementos cognitivos del ser.

Más adelante, Simon (1987) destaca, que el ser humano se manejaba entre varios escenarios y factores a la hora de tomar una decisión, y decía que existían diferentes tipos de decisiones, las “racionales” la cuales son tomadas, totalmente basados en datos y apreciaciones objetivas, y las “irracionales” ba-

sadas en impulsos generalmente orientadas por las emociones, pero también existían las “no racionales”, a las cuales les prestó mucha atención, ya que en este caso, el autor introduce a: la Intuición y el Juicio de Experto como una herramienta necesaria en estas situaciones de alta complejidad; insiste el autor, que no debe confundirse las “irracionales” con las “no racionales”; esta investigación da un aporte fundamental a la gerencia y la economía, así como a la psicología aplicada a la gerencia.

Otros de los autores que continuaron desarrollando es la Teoría de Racionalidad Limitada como parte del Enfoque Cognitivo de la Organización son, Kahneman y Tversky (1974), quienes afirman que las decisiones que toma un individuo no son absolutamente racionales, así como tampoco están exclusivamente enmarcadas en una rigurosidad lógica, como era planteado por la Teoría Clásica del hombre racional. Más adelante, Kahneman (2003) plantea que, en el ámbito empresarial, a la hora de resolver un problema o tomar una decisión también participan la intuición y la emoción. No obstante, estas fueron ideas que no tuvieron mucha acogida en la década del 60' y 70', por lo que más recientemente, de acuerdo a Kahneman (citado), se han realizado nuevas investigaciones en torno al papel de las emociones y de la intuición en las decisiones, por ejemplo, el papel que tienen las actitudes optimistas frente a la asunción de riesgos, el miedo, el agrado o desagrado, todos estos, sin lugar a dudas, impulsan a los individuos en algún momento a tomar decisiones gerenciales, estos aspectos realzan un gran aporte al área de conocimiento acerca del emprendimiento.

Mintzberg et al. (citado), afirma que el enfoque cognitivo es relativamente de reciente data, anteriormente en el área de la gerencia y de estrategias, la mente del ser humano era tierra desconocida, se preocupaban más por lo que el estratega necesitaba saber (datos, estadísticas), que, por el pensamiento mismo, o por el proceso complejo de creatividad que ocurre en su mente, el cual se materializa posteriormente, en productos y/o estrategias. Estos autores plantean que los gerentes se mueven en un ciclo de aprendizaje, tal como se muestra en la figura 1:

Figura 1. Ciclo de aprendizaje de acuerdo a la Corriente Cognitiva.



Fuente: Elaboración propia, basado en Mintzberg et al. (1998).

En este sentido, Mintzberg et al. (citado), plantean que el enfoque cognitivo, presenta este ciclo de aprendizaje en donde, el individuo tiene la experiencia, que da forma a todo lo que sabe, y ese conocimiento da forma a sus acciones, que, a su vez, influye en su experiencia posterior, y así se mantiene el ciclo. Por otra parte, Schwenk (1984) se refiere a que tanto la ciencia de la psicología cognitiva, como los teóricos organizacionales, han identificado una serie de procesos cognitivos que ayudan a simplificar de una manera sencilla la toma de decisiones, todo esto también trata de explicar cómo se da el procesamiento de la información y la manera en cómo afecta la racionalidad limitada que tienen los seres humanos. (Kahneman, citado)

Elementos que se analizan en la Teoría Cognitiva de la Organización

Zapata y Canet (citado), señalan que dentro de esta teoría se toman en cuenta los elementos cognitivos que determinan la manera en cómo se reco-pila, procesa y almacena la información, lo cual influye a su vez, en la forma en cómo las personas toman las decisiones, por tanto, los investigadores en esta área, apoyados en la psicología cognitiva, buscan analizar al humano y las herramientas que ayudan a la formación del pensamiento, entre las que se pueden mencionar:

Los procesos cognitivos: de acuerdo a Zapata y Hernández (2017b), es la manera en cómo el ser humano toma el conocimiento, previamente seleccio-

nado, lo organiza, lo transforma y lo almacena para posteriormente, poder recuperarlo, procesarlo y utilizarlo en una circunstancia en la cual requiera tomar una decisión, siendo los elementos fundamentales en este caso: los factores fisiológicos, los factores psico-sociales, como la percepción, la atención, el pensamiento, la memoria y el uso del lenguaje, entre otros.

Mapas o esquemas cognitivos: De acuerdo a Mintzberg et al. (citado), los mapas también son conocidos como esquemas que sirven de representación del conocimiento, para que la misma esté disponible en el momento que se necesite, como base de apoyo para tomar una decisión, o para el desarrollo de una estrategia, éstos le ayudarán y guiarán en la comprensión del contexto.

Estilos Cognitivos: Los estilos cognitivos, de acuerdo a lo expresado por Zapata y Hernández (2017 a) se refieren a características inherentes al sistema estructural de la personalidad del individuo, se mantienen en el tiempo, no es influenciado por eventos repentinos, más bien tienden a ser estables. Por estar ligada a la personalidad, los individuos reciben y procesan la información de diferentes maneras, Al respecto Mintzberg et al. (citado) plantea que con el tiempo se van convirtiendo en hábitos y pueden ser reconocidos como estilos de gerencia.

Sesgos Cognitivos: Son definidos por Busenitz y Barney (citado), como reglas de decisión y mecanismos cognitivos que, a su vez, están representadas por opiniones subjetivas que el ser humano utiliza a la hora de tomar una decisión en circunstancias muy complejas, también lo definen estos autores, como simplificadores o atajos mentales, que proporcionan al decisor una solución importante de una manera efectiva. También son definidos por Zapata y Canet (citado) como una especie de reglas de juicio, cuando exista cierto grado de incertidumbre, son modelos simplificadores del mundo, esto hace que el proceso de toma de decisiones vaya desde lo más complejo a lo más sencillo.

Relación de la Teoría Cognitiva de las Organizaciones con el Emprendimiento:

Habiendo realizado un recorrido por algunas aproximaciones al concepto y características del emprendedor, y de los fundamentos de la TCO, pueden establecerse las relaciones entre ambas áreas de conocimiento.

De acuerdo a Osorio, y Pereira (2011, p.30) “Las teorías cognitivas y el Entrepreneurship (emprendimiento), son disciplinas con ámbitos de trabajo distintos, pero, se complementan cuando se quiere entender y describir el pensamiento y el accionar del emprendedor”, por tanto, son áreas complementarias que permiten profundizar los aspectos cognitivos del emprendedor y su com-

portamiento a la hora de decidir la creación de una empresa.

Dentro de las investigaciones que relacionan estos ámbitos de conocimiento se destacan, la de Busenitz y Barney (citado), quienes efectuaron grandes aportes, relacionando el campo de conocimiento cognitivo, con el emprendimiento. Por ello, afirman que cuando existe una incertidumbre o una situación de alta complejidad, algunas herramientas sirven como guía eficiente o mecanismos simplificadores en el proceso de toma de decisiones como, por ejemplo, los sesgos cognitivos.

El estudio desarrollado por estos autores se basó en una comparación del comportamiento entre los emprendedores y los gerentes corporativos, su principal hallazgo se enmarcó en que: los emprendedores son más susceptibles a los sesgos cognitivos que los gerentes corporativos, ya que los niveles de incertidumbre a los cuales se enfrenta un emprendedor son mayores a los que se enfrenta un gerente corporativo, porque este último, generalmente tiene a la mano más información actualizada e histórica de la empresa y de su entorno, y de otros aspectos que pueden influir en el contexto de la decisión. A continuación, se presenta en la Tabla 3, una comparación del contexto bajo el cual se diferencian los emprendedores de los gerentes de una gran empresa a la hora de tomar una decisión.

Tabla 3. Comparación entre la toma de decisiones de emprendedores y gerentes corporativos

EMPRENDEDORES	GERENTE CORPORATIVO
<ul style="list-style-type: none">• La decisión pesa sobre el mismo.• El entorno es más complejo.• Se valen más de los sesgos y heurísticos• Las decisiones se toman sin políticas de apoyo.• La decisión pesa sobre el mismo.	<ul style="list-style-type: none">• Tienen mayor información del ambiente• Menor complejidad• Requieren menos del uso de sesgos y heurísticos• Se valen de modelos y desarrollan políticas que apoyan las decisiones, como una rutina• Existen delegación en la toma de decisiones

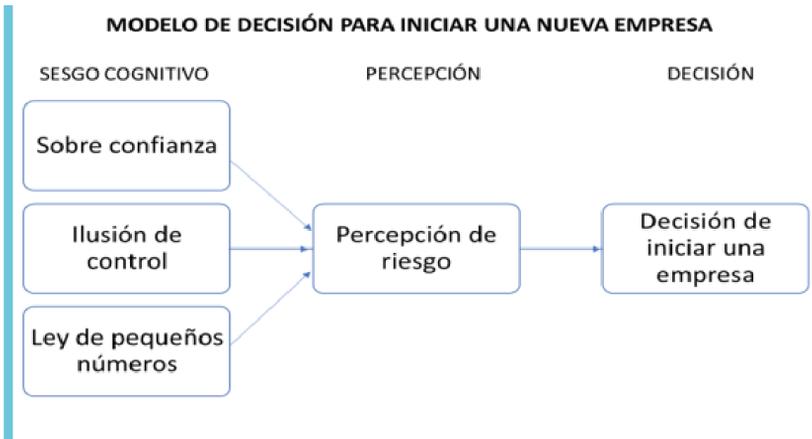
Fuente: Elaboración propia, basada en Busenitz y Barney (citado)

En este orden de ideas, Kannadhasan et al (citado), basados en la TCO, también realizaron un estudio, en el cual concluyeron lo siguiente: si el proceso cognitivo de un emprendedor es diferente al de otras personas, podría decirse que su manera de evaluar las oportunidades, tomar decisiones y asumir riesgos probablemente también sea diferente; por lo tanto, la decisión de crear nuevos productos o una nueva empresa, sería llevada a cabo por una persona que asume riesgos, y no por alguien que esté reacio a asumirlo. Esto pone en

relieve que, la propensión para asumir riesgo del emprendedor, es un rasgo propio de su personalidad, pero también es parte de un proceso cognitivo, ya que, todo este proceso de recopilar, percibir y categorizar la información, permite generar ideas preconcebidas o basadas en la experiencia y/o en los sesgos cognitivos y puede marcar la diferencia entre un emprendedor y alguien que no lo es.

Por otro lado, también es importante destacar la investigación realizada por Simon, Houghton, y Aquino, (1999), quienes plantean que existen tres sesgos cognitivos que, de acuerdo a su estudio, se relacionan directamente con el emprendimiento, pudiendo influir en la percepción de riesgo del nuevo proyecto empresarial, estos son: exceso de confianza, Ilusión de control, y la Ley de pequeños números. En la figura 3, que se presenta a continuación, se muestra un modelo desarrollado por Simon et al, (citado), mediante el cual la percepción resulta como mediadora entre estos sesgos y la asunción del riesgo al tomar una decisión de crear una empresa.

FIGURA. 3



Fuente: Adaptado de Simon et al. (citado)

De este modelo realizado por Simon, et al. (citado), se desprenden unas premisas que permiten ir comprendiendo como algunos aspectos cognitivos, específicamente, los sesgos cognitivos, influyen sobre la disposición del emprendedor de asumir riesgos y decidir crear una empresa, los cuales se presentan a continuación:

- Los sesgos cognitivos generan diferentes niveles de percepción del riesgo.

- Cuando perciben menores niveles de riesgo, hay una propensión mayor a tomar la decisión de crear una empresa.
- El sesgo de ilusión de control, genera una disminución en la percepción del riesgo, y conlleva a los emprendedores a no reconocer aquellas cosas que están fuera de su control en el nuevo proyecto, pero a la vez, pueden darle el impulso que marca la diferencia.

En atención a lo planteado en este modelo, se puede apreciar que los sesgos cognitivos, pueden llegar a influir y a servir como guías y atajos simplificadores para la toma de decisiones de los emprendedores, aunque, también es cierto que, en ocasiones pueden hacer que los emprendedores cometan errores, de acuerdo a Mintzberg et al (citado), Busenitz y Barney (citado), ya que pueden generar falsas expectativas, pero en definitiva, eso es parte de lo que forja el carácter de un emprendedor, y que mediante el ciclo de aprendizaje de Mintzberg et al. (1998), pueden ir creando juicios que le permitirán con la experiencia, poder hacer uso de esos conocimientos, y tomar en el futuro mejores decisiones. Basado en lo que plantea Kannadhasan et al (citado), la cognición de los emprendedores es diferente, esto conlleva a que sus decisiones no tienen una visión objetiva, sino más bien subjetiva, eso es lo que los hace diferentes.

Reflexiones Finales

Luego de revisar el constructo teórico que se ha ido desarrollando en torno a la TCO y al emprendimiento, es notable la relación que se puede establecer en estas áreas de conocimiento, si lo que se busca es comprender lo que subyace en la mente del emprendedor a la hora de tomar la decisión de iniciar una empresa, conocer qué lo motiva, frente a escenarios inciertos.

Es importante resaltar que el aporte realizado por la TCO, basada en la Psicología Cognitiva ha sido fundamental, sobre todo, por darle la importancia que tienen los procesos propios de los seres humanos en el ámbito gerencial. Con esta investigación también se ha constatado, que los aspectos cognitivos, y específicamente, los sesgos cognitivos, sí pueden llegar a afectar las decisiones de los emprendedores, estos funcionan como simplificadores de las decisiones que se toman, ya que, en momentos de incertidumbre los seres humanos se pueden ver avasallados con mucha información, por lo que necesitan apelar a herramientas que les permitan simplificar los escenarios, tomando en cuenta, que la mayoría de las veces, los emprendedores se enfrentan a ambientes más desconocidos y riesgosos que los gerentes corporativos. De tal manera que, la prudencia y la capacidad para asumir riesgos calculados, son y

deben ser parte de sus cualidades, para evitar que estos sesgos puedan llevarlos a cometer errores al generarse falsas expectativas, pero, por otro lado, ese aspecto no racional, movido en ocasiones por la intuición es lo que marca la diferencia entre el ser o no ser emprendedor.

Por tanto, para tener el impulso de crear una iniciativa empresarial, se requiere de razón, pero también de intuición, se requiere de conocimiento, pero también de experiencia, de allí la importancia de dar continuidad a investigaciones en estas áreas a fin de tener una visión integral del emprendedor-gerente que al final de cuentas, es un ser humano.

Referencias

- Arias, W. (2021). Antecedentes, desarrollo y consolidación de la psicología cognitiva: un análisis histórico. *Revista Tesis Psicológica, Perú*. 16(2) 1-3. <https://doi.org/10.37511/tesis.v16n1a9>
- Aragón, J. (2014). *Cognición emprendedora, decisión de crear una empresa y nivel de desarrollo de sus países y sus instituciones*. Tesis Doctoral. Universidad de Valencia. Valencia – España.
- Bandura, A. (2002) Social Cognitive Theory in Cultural Context. *Applied psychology: an international Review*. 51 (2), pp. 269-290. United State of America.
- Busenitz, L. y Barney J. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing* 12, 9-30.
- Busenitz, L. y Álvarez, S. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management* 27, pp.755–775.
- Cantillon, R. (1755): *Essai Sur la Nature du Commerce en Général*. Ensayo sobre la Naturaleza del Comercio en General, Traducción (1950). Fondo de Cultura Económica. México D.F-Buenos Aires. <chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/viewer.html>.
- Castillo, A. (1999). *Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento*. First Public Inc Chile S.A. Publicado por INTEC-CHILE. Serie: Proyecto “Emprendedores como Creadores de Riqueza y Desarrollo Regional”. <https://efaidnbmnnnibpajpcglclefindmkaj/viewer.html?>

- Fernández, J. (2020). El Emprendimiento en la Educación Superior: Una Visión desde el Pregrado Ciencia y Cultura de Alimentación de la Universidad Nacional Experimental del Yaracuy. *Revista de Investigación y Posgrado In Situ*. Vol. 3 (3), pp.149-173. ISSN 2610-8100. <https://insitu.com.ve/>
- Gama, S. (2004). Pedagogía activa del emprendimiento para el desarrollo económico local. Caso: colegio Juan Rulfo de Usme en Bogotá. Universidad de Los Andes. Bogotá D.C.
- Gudmundsson, S. y Lechner, C. (2013). Cognitive biases, organization, and entrepreneurial firm survival. *European Management Journal* (2013) 31, 278– 294. Journal homepage: www.elsevier.com/locate/emj
- Kahneman, D. (2003). Mapas de Racionalidad Limitada: Psicología para una Economía Conductual. *Revista Asturiana de Economía - Rae* N° 28 2003 181
- Kahneman, D. y Tversky, A. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science, New Series*, Vol. 185, No. 4157. pp. 1124-1131. <http://www.jstor.org/about/terms.html>
- Kannadhasan, M., Aramvalarthan, S. y Pavan, B (2014), Relationship among cognitive biases, risk perceptions and individual's decision to start a Venture. *Decision*. 41(1):87–98 DOI 10.1007/s40622-014-0029-1.
- Lanzas, V., Lanzas, F., y Lanzas, A. (2009) Propuesta para medir el perfil de los emprendedores de base tecnológica. *Scientia et Technica* Año XV, No 43. Universidad Tecnológica de Pereira. ISSN 0122-1701. 267-262.
- March, J. y Simon, H. (1958). *Organizations*, New York: John Wiley and Sons. http://materiales.untrefvirtual.edu.ar/documentos_extras/1075_Fundamentos_de_estrategia_organizacional/15_Teoria_de_la_organizacion.pdf
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. y Lampel, J. (1998). *Strategy Safari. A guided tour through the wilds of strategic management*. The Free Press, New York. ISBN 0-684-84743-4. updates@academia-mail.com

- Mitchell, R; Busenitz, L; Bird, B. y Gaglio, C. McMullen, J., Morse, E. y Smith, B. (2007). *The Central Question in Entrepreneurial Cognition Research*. *Entrepreneurship Theory and Practice*.
- Morales, C. y Zabransky G. (2016). *Heurística y sesgos cognitivos en la gestión de la innovación*. Tercer Encuentro Internacional Universidad – Empresa en el sector de la Ingeniería Universidad de la Salle San José de Cúcuta.
- Orrego, C. (2009). *La fenomenología y el emprendimiento*. *Revista Ciencias estratégicas*. Vol. 17 – No 21 (pp. 21-31). Medellín. Colombia.
- Osorio, F. y Pereira, F. (2011). *Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva*. *Cuad. Admon. ser.org* 24(43), p. 13-33. Bogotá. <http://www.scielo.org.co/pdf/cadm/v24n43/v24n43a02.pdf>
- Rodríguez, M. y Urbiola, A. (2019). *Capital Social y Emprendimiento: reflexiones teóricas*. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24 (85), 397-420. <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/23784/242>
- Schumpeter, J. (1983). *The Theory of economic development*. Transaction Publishers. ISBN: 978-0-87855-698-4. Originally published in 1934. United State of America.
- Schwenk, C. (1984). *Cognitive Simplification Processes in Strategic Decision-making*. *Strategic Management Journal*, Vol.5, 111-128. University of Illinois, Champaign, Illinois, U.S.A.
- Simon, H. (1987). *Making Management Decisions: The Role of Intuition and Emotion*. Carnegie-Mellon University. Academy of Management. Vol.1. (1) <https://doi.org/10.5465/ame.1987.4275905>
- Simon, M., Houghton, S. y Aquino, K. (1999). *Cognitive Biases, Risk Perception, and Venture Formation: How Individuals Decide to Start Companies*. *Journal of Business Venturing*, Vol. 15, No. 2, pp. 113-134.
- Stevenson, H. y Jarillo, C. (1990) *Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management*. *Strategic Management Journal*, Vol. 11, 17-27.

<http://www.jstor.org/page/info/about/policies/terms.jsp>.

- Timmons, J. y Spinelly S. (2009). *New venture creation entrepreneurship for the 21st century*. Editorial Mc Graw- Hill.
- Torres, Melean. (2021), *Emprendedores venezolanos: reconstrucción de visiones ante nuevas realidades*. Revista Científica Electrónica de negocios / Scientific e-journal of Management Science. Núm. 49 (año 17) pp. 5-19. <http://www.revistanegotium.org/>
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1974). *Judgement Under Uncertainty: Heuristics and Biases*. Science, 185(27), 1124-1131. <http://links.jstor.org/sici?sici=0036>
- Urra, J., Medina, A., y Acosta, A. (2011). *Heurísticos y sesgos cognitivos en la dirección de empresas: Un meta-análisis*. Revista Venezolana de Gerencia, Vol. 16, (55), pp. 390-419.
- Valera, R. (2010). *Las características empresariales y su desarrollo educacional*. Revista Icesi, pp. 47-60. Bogotá. https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/publicaciones_icesi/article/view/853
- Vázquez, C. (2017). *Educación para el emprendimiento en la universidad*. Estudios de la Gestión. Revista Internacional de administración. N°2, 7), 121-147. ISSN: 2550-6641. Ecuador.
- Zapata, G. y Canet. (2009). *La cognición del individuo: reflexiones sobre sus procesos e influencia en la organización*. Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología ISSN 1315-0006. Vol. 18 No. 2.
- Zapata, G., y Baron, L., (2017). *Los sesgos cognitivos: de la psicología cognitiva a la perspectiva cognitiva de la organización y su relación con los procesos de toma de decisiones gerenciales*. Ciencia y Sociedad, vol.43, num.1 pp 31-48. Instituto de Santo Domingo.
- Zapata, G. y Hernández, A. (2017 a). *Percepción del entorno por la gerencia: Diseño de una escala de medición*. Revista de Ciencias Sociales, vol. XXIII, núm. 2, pp. 84-99, Universidad del Zulia.
- Zapata, G. y Hernández, A. (2017 b). *La empresa: Diseño, estructuras, procedimientos y formas organizativas*. Fondo Editorial UCLA. Tercera edición.
- Zapata, G. y Mirabal, A. (2018). *Capacidades Dinámicas de la Organización*:

Jeanette Celeste Fernández Parra: Licenciada en Administración Comercial, Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA); Magíster en Gerencia Empresarial Universidad Fermín Toro (UFT); Doctorando en Ciencias Administrativas y Gerenciales en la Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado (UCLA); Docente Asociado de la Universidad Nacional Experimental del Yaracuy; adscrita al Espacio Académico Ciencia y Cultura de la Alimentación en las áreas: Proyecto Emprendedor de Inversión; Seminario (Gerencia, legislación y planificación).