

Revisión teórica y propuesta de estudio sobre el emprendimiento cognitivo

Patiño Saucedo, Álvaro José; Morúa Ramírez, Juan
Universidad de Guanajuato
juan.morua@ugto.mx

Resumen

El emprendimiento ha tomado auge por los aportes que realiza al desarrollo económico, este concepto ha captado la atención y generado interés en algunos investigadores, quienes han buscado desarrollar una teoría, aunque se han enfocado más desde lo objetivo (general) y poco desde el sujeto. De aquí la importancia de la ciencia cognitiva, la cual se encarga de estudiar cómo el individuo crea una representación del mundo en su mente, en busca de darle un significado, construyendo su realidad acorde a sus pensamientos, emociones, percepción, etc. El objetivo de la investigación fue resaltar la parte subjetiva del emprendimiento, revisando artículos publicados donde su tema principal fuese el

emprendimiento cognitivo en el periodo del 2018-2022 en Latinoamérica; se consultaron bases de datos como ABI/INFORM Global y Google Académico, obteniendo como resultado 10 artículos de investigación que en sus títulos, palabras claves o descripción hacían referencia a este. También, se usó la base de datos de Google Trends para conocer la tendencia de búsqueda en los países latinoamericanos, pero no se encontraron datos y de acuerdo con esta información se pudo documentar que a pesar de que puede considerarse un enfoque importante, es relativamente nuevo o poco estudiado en América Latina.

Palabras clave: cognición, constructivismo, emprendimiento
JEL: L26

Theoretical review and study proposal on cognitive entrepreneurship

Entrepreneurship has boomed due to the contributions it makes to economic development, this concept has captured the attention and generated interest in some researchers, who have sought to develop a theory, although they have focused more from the objective (general) and little from the subject. Hence the importance of cognitive science, which is in charge of studying how the individual creates a representation of the world in his mind, seeking to give it a meaning, building his reality according to his thoughts, emotions, perception, etc. The objective of the research was to highlight the subjective part of entrepreneurship, reviewing

published articles where their main theme was cognitive entrepreneurship in the period 2018-2022 in Latin America; Databases such as ABI/INFORM Global and Google Scholar were consulted, obtaining as a result 10 research articles that referred to it in their titles, keywords or description. Also, the Google Trends database was used to find out the search trend in Latin American countries, but no data was found and according to this information it was possible to document that, despite the fact that it can be considered an important approach, it is relatively new or little studied in Latin America.

Palabras clave: cognition, constructivism, entrepreneurship.
JEL: L26

1. Introducción

Con el paso del tiempo el emprendedor se ha ido considerando como aquella persona que ayuda en el crecimiento de la economía, convirtiéndose en uno de los actores que aportan no solo en el crecimiento económico sino también al desarrollo social de una población. Esta consideración ha tomado relevancia y se ha vuelto un referente cuando surge o se inicia un emprendimiento (Bucardo et al., 2015), el cual es definido por la Real Academia Española (RAE, 2023) como la “acción y efecto de emprender”. Asimismo, se ha considerado como aquel que “abarca los procesos y actividades que se efectúan para descubrir, definir y aprovechar las oportunidades que permiten mejorar la riqueza social mediante la creación de nuevas empresas o la gestión de ideas innovadoras en las organizaciones” (Jiménez et al., 2019, p. 3).

Las ciencias administrativas, incluyendo las investigaciones sobre el emprendimiento han sido estudiadas de una manera objetiva, es decir, desde una posición epistemológica positivista, en donde los aspectos subjetivos, como emociones, cognición, contexto, entre otras, no son tenidas en cuenta (Chiapello y Gilbert, 2013). Con base a esto, de lo objetivo y subjetivo se puede decir que, por un lado, lo objetivo requiere de cierta estabilidad, esta se demuestra tanto en la discriminación de variables como en la repetición de los eventos para poder validarlos en pruebas estadísticas bajo la idea de la ley de los grandes números. Esta manera de proceder se muestra adecuada para fenómenos físicos que describen las características de la naturaleza llamada, por Watzlawick et al. (1991), realidad de primer orden, sin embargo, resultan limitadas para los estudios sociales y más específicamente acerca de los individuos que poseen sus especificidades, deseos, proyectos y se encuentran dentro de un contexto determinado.

Por otro lado, cabe resaltar que existen diferentes posiciones epistemológicas para construir, validar y criticar a la ciencia administrativa, por ejemplo: el realismo, el idealismo, el construccionismo social, el constructivismo, entre otras; las cuales tienen la particularidad de reconocer al sujeto como parte importante en la construcción de la ciencia, en otras palabras, dejan de centrarse en el objeto para reconocer la participación

del sujeto como constructor de ciencia, incluyendo las limitantes que este posee y reconociendo la existencia de una realidad de segundo orden (Watzlawick et al., 1991). Desde esta perspectiva, el enfoque cognitivo ayuda a entender cuál es la elección habitual que puede tomar un individuo al momento de organizar, representar y procesar la información (Kickul et al., 2009).

Por lo tanto, esta investigación tuvo como finalidad resaltar la importancia que puede tener estudiar la parte subjetiva de las ciencias administrativas (donde se le da mayor importancia al sujeto), específicamente en las investigaciones orientadas al emprendimiento, realizando una revisión teórica y de las tendencias de los estudios orientados al emprendimiento, a las ciencias cognitivas y, principalmente, al emprendimiento cognitivo, mostrando que actualmente es un enfoque pobremente estudiado como tema de investigación en América latina. También interesó a este estudio realizar una propuesta orientado a este enfoque.

Así, el trabajo se divide en cuatro partes: primero, se realiza una revisión de la literatura para definir los conceptos de emprendimiento, ciencia cognitiva y lo cognitivo y el emprendimiento cognitivo; segundo, metodología, dándole a conocer al lector de qué manera se llevó a cabo la investigación; tercero, las discusiones y hallazgos, donde se documentaron los artículos que tienen como tema principal al emprendimiento cognitivo y la tendencia de búsqueda de estos temas de investigación y, por último, las conclusiones y propuesta de la investigación, cuáles fueron los apartados más relevantes de la investigación al emprendimiento cognitivo, las limitaciones que tuvo la investigación y las futuras líneas de investigaciones.

1.1 Justificación

Según Morua (2022) hay muchos textos sobre el emprendimiento que están direccionados a ofrecer recomendaciones o un paso a paso para ser exitosos de forma rápida y con un mensaje motivador, logrando de esta manera embellecer al

emprendimiento. Escritos fundamentados en historias de vida, recomendaciones financieras, tendencias de mercados e ideas fantasiosas; al igual, reconoce que existen trabajos de investigación orientados a la economía, psicología, sociología y la gestión clásica, pero la mayoría observa al emprendedor desde un punto de vista objetivo, dándole prioridad a un perfil ideal o a los resultados plasmados en la creación de una organización.

Cossette (2010) manifiesta que con el paso del tiempo algunos investigadores han percibido que es necesario realizar un balance sobre cómo se encuentra este conocimiento en el campo de la investigación, presentar ideas e ir generando un modelo que contribuya a conocer más del “espíritu empresarial”, buscar la manera de entender mejor el emprendimiento, a quien desarrolla esta actividad y su motivación para realizarlo, así como indagar cómo se originan y evolucionan las empresas y cómo se pueden destacar las cualidades o el actuar de los emprendedores.

Por otro lado, Morua (2022) menciona que hace falta ver más al emprendedor como aquel sujeto que construye su realidad, su proyecto, quien aprende por medio de lo que hace y no como un objeto. Asimismo, señala que los estudios del cognitivismo apoyado del constructivismo son muy limitados en Latinoamérica, aunque estos tengan puntos en común tanto en su pensamiento como en la acción.

2. Marco teórico

El emprendimiento se genera con la búsqueda de obtener un beneficio individual o colectivo, un proyecto de emprendimiento se enfoca en satisfacer una necesidad presente, a través de un producto o servicio, es decir, detrás de la creación o inicio de este siempre van a existir necesidades a las cuales se le busca brindar una solución (Guananga et al., 2018). Para iniciar un emprendimiento primeramente se debe realizar una exploración y evaluación, de esta manera se puede descubrir si hay una oportunidad para emprender (Sánchez y Suárez, 2017).

Para Salguero et al. (2017) el emprendimiento es un proyecto desarrollado con el mayor de los esfuerzos, donde toca enfrentarse a muchas dificultades para poder alcanzar los objetivos. Por eso, quien decide emprender debe tener actitud de líder, de enfrentar riesgos y proponerse a salir de una zona de bajo rendimiento con los recursos que cuenta para llegar a uno de alto (Vargas et al., 2020).

Según Díaz (2018) existen factores muy importantes para tener en cuenta al momento de querer iniciar un emprendimiento, algunos de ellos son: a) una gran motivación y determinación en lo que se va a emprender; b) una idea de negocio clara influye mucho en el éxito del proyecto, c) el entorno; d) la formación que se tiene antes y durante la puesta en marcha; e) los socios y el equipo de trabajo, y f) el apoyo financiero.

Terán y Guerrero (2020) declaran que las teorías acerca del emprendimiento observadas desde la ciencia de la economía se encargan de explorar aquellos factores económicos que mejoran el comportamiento del emprendedor. A pesar de ello, señalan si los emprendedores nacieran de la lógica, el emprendimiento tuviera una tasa muy parecida o casi constante en cada país, pero no sucede así. Generalmente la tasa alta de emprendedores se tiene en países donde la motivación es más a raíz de la necesidad que por oportunidad.

2.1 El emprendimiento desde un punto de vista objetivo

La Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2022) considera importante el emprendimiento, porque “comenzar y administrar nuevos negocios es un proceso vital en cualquier economía dinámica. Nuevos negocios traen nuevos empleos, mayores ingresos y valor añadido, a menudo mediante la introducción de nuevas ideas, tecnologías y productos a la sociedad” (p. 20). Los gobiernos han visualizado el apoyo a actividades de emprendimientos como un beneficio para aumentar las actividades productivas, buscando así poder corregir los retardos y exigencias presentadas en la comunidad para

que se le brinde una mejor calidad de vida, interpretando que la generación de empleos cubre esta necesidad (Ovalle et al., 2018).

Los seres humanos con el paso del tiempo han ido tomando decisiones para crear algunas herramientas que permiten el crecimiento de su entorno y de esta manera hallar una solución a las problemáticas presentes (Vargas et al., 2020). Por lo tanto, un emprendedor es visto como alguien que orienta su camino hacia la innovación (Niebles et al., 2019).

2.2 El emprendimiento desde un punto de vista subjetivo

El investigador, bajo este enfoque del emprendimiento orientado a lo subjetivo, se convierte en facilitador, pedagogo e inclusive co-constructor del emprendedor, es decir, se enfoca al individuo y su construcción (David, 2007). El emprendimiento enfocado al sujeto requiere de utilizar otra posición epistemología diferente a lo positivo, que es objetiva, y orientarse a lo subjetivo, como es el caso del constructivismo. Centrándose en la manera en cómo el individuo construye el mundo que lo rodea, cómo aprende y cómo actúa (Morua, 2022). Es decir, interesarse en el individuo en proyecto sin excluir sus sentimientos o emociones, y centrándose en su acción de emprender (Schmitt, 2015).

A través del emprendimiento se puede generar desarrollo desde el ámbito político, social y cultural de una sociedad, cumpliendo con la labor fundamental de aportar a la transformación social, brindando soluciones sociales al mismo tiempo que aporta al crecimiento de la economía. Sin embargo, las teorías encargadas de explicar este fenómeno se han enfocado en darle mayor importancia al crecimiento generado en la economía de un país porque estimulan a la innovación y a los cambios a través de la competencia y rivalidad presentes (Alean et al., 2017; Guananga et al., 2018; Terán y Guerrero, 2020).

2.3 Ciencias Cognitivas y Cognitivismo

Lo cognitivo, según la RAE (2023), es la acción de conocer. Conocer por su parte involucra una acción mental (el uso del cerebro). Esta sencilla explicación conlleva a una serie de interrogantes que hacen referencia al sujeto, al cerebro, a la información, a la naturaleza de la representación (Díaz, 2007), o sea, las posibles respuestas requieren soportarse en la psicología, la informática, la lingüística, la epistemología (Simon, 1980) y en otras áreas del conocimiento que nos permitan dar pista de lo cognitivo y de su acción.

Derivado de dicha necesidad interdisciplinaria nacen las ciencias cognitivas (Varela, 2005) en la América de la posguerra, se orientan primeramente a considerar la cognición como un tratamiento de información en término de operaciones sobre símbolos (Andler, 1986). La cognición es entonces la capacidad del individuo de procesar información a través de la manipulación de símbolos basados en reglas y cuadros mentales que deben ser próximos al aspecto del mundo real (Brief, 1977).

Posteriormente, lo cognitivo se orienta a la red de conexiones neuronales (Morua et al., 2015), creando una búsqueda que se soportó con el estudio de la neurología, rama estudiada desde 1884 (García-Molina y Enseñat-Cantallops, 2020), es decir, ubicar a través de aparatos las zonas cerebrales que desencadenan ciertos fenómenos ligados a la cognición, como el lenguaje, la toma de decisiones y la resolución de problemas. Con resultados interesantes como la determinación de funciones de diferentes lóbulos cerebrales y el desarrollo en sus primeros pasos de las ciencias de la informática y de la inteligencia artificial (Simon, 1980).

En esta época la orientación del estudio de la cognición se basaba en dos supuestos cognitivistas, desde un enfoque simbólico y no simbólico o del cerebro (Varela, 2005), los cuales presentaban las características dadas a conocer en la Tabla 1.

Tabla 1. La cognición desde un enfoque simbólico y no simbólico o red neuronal

	Símbolos	Red neuronal
¿Qué es la cognición?	El procesamiento de la información a través de la manipulación de símbolos basados en reglas.	La emergencia de estados globales en una red de componentes simples.
¿Cómo funciona?	Con cualquier dispositivo que pueda representar y manipular elementos físicos discretos: los símbolos. El sistema interactúa con la forma de los símbolos (sus atributos físicos), no su significado.	A través de reglas locales que gobiernan las operaciones individuales y de reglas de cambio que gobiernan la conexión entre los elementos.
¿Cómo saber si un sistema cognitivo funciona?	Cuando los símbolos representan apropiadamente un aspecto del mundo real, y el procesamiento de la información conduce a una solución del problema.	Cuando las propiedades emergentes (y estructura resultante) dan una solución feliz para la tarea requerida.
¿De qué forma usan los símbolos?	Se utilizan símbolos para satisfacer la necesidad de un nivel semántico o representaciones que sean de naturaleza física.	El cerebro es un aparato que da sentido a los símbolos, pero solo manipula su forma física.

Fuente: Elaboración propia con base en Varela (2005).

Ambos enfoques se orientaban con un enfoque positivista de la ciencia, donde lo objetivo era lo predominante (Morua et al., 2015). Otra corriente surge junto con un enfoque constructivista de la ciencia que se centra más en el estudio del individuo, de ella dos corrientes del cognitivismo toman importancia: el representacionismo y la enacción. Las representaciones se refieren a la capacidad de un individuo de establecer una suplencia mental de su mundo, o mejor aún, de sectores específicos de este mundo, que involucra tanto un aspecto neurofisiológico como mental (Díaz, 2007), la representación es la creación de un mundo interno, o partes de este, para lograrlo se requieren de operadores básicos del conocimiento como: atención, sensación, percepción, pensamiento, emoción, imaginación, memoria, creatividad, entre otras (Díaz, 2007).

El representacionismo es discutido por Varela (2005), dado que, para él, dicho concepto se refiere a un mundo (pre) existente fuera del individuo, es decir, la representación es un reflejo de lo existente y no una construcción del mundo por parte del individuo. La enacción propone la emergencia de la cognición mediante una acción efectiva en donde el individuo construye un mundo y no lo refleja (Varela y Maturana,

1998). En este proceso existe una relación recursiva entre conocimiento y acción. Así la cognición parte desde una interpretación que emerge de la capacidad de comprensión que está ligada a un individuo encarnado que vive y experimenta desde la acción dentro de un cuadro histórico y cultural (Bächler et al., 2012).

2.4 Emprendimiento Cognitivo

Recordemos que el aspecto cognitivo inicia como una manera de tratar símbolos que permiten operaciones como el lenguaje, el razonamiento, la percepción, la coordinación motriz o inclusive la planificación. Este último es el que influyó al emprendimiento, sin que sea calificado como emprendimiento cognitivo, con ideas como: la construcción de una visión o la construcción de un plan de negocios, ambos guardaban similitudes con el enfoque objetivo de la ciencia, esto quizá fue debido a que los investigadores de gestión no estaban equipados de elementos teóricos para abordar las otras funciones que brinda el enfoque cognitivo (Schmitt, 2015).

Es a raíz de los trabajos de Savasvathy, desde el año 2000, sobre la efectuación (Schmitt, 2020), que surge un enfoque hacia lo cognitivo del emprendedor orientado al sujeto, es decir, de su manera de razonar, actuar y de tomar decisiones como individuo en proyecto, pero dejando a un lado todavía las interacciones que tienen con el mundo, o sea, con el medio ambiente, el contexto y otras organizaciones físicas o inclusive humanas (Schmitt, 2015). Los enfoques basados en la teoría constructivista toman fortaleza dado que establecen la idea de que el sujeto en proyecto construye su propia realidad actuando, es decir, se proyecta hacia el futuro en un diálogo continuo con el presente (Morua, 2022). Además, se soportan en la idea que la acción del individuo es parte importante de su cognición. Siguiendo al cognitivismo, el emprendimiento cognitivo se centra en ideas sobre representación mental, en donde toman relevancia la comunicación y la construcción de modelos para elaborarlas (Le Moigne, 2012). Así, surgen ideas orientadas, por ejemplo, hacia la construcción de una visión del emprendedor (Filion 2004), a la enacción (Meo, 2012), hacia la situación de la acción del

emprendedor (Schmitt, 2015, 2017), hacia la comunicación (Schmitt, 2020), hacia el emprendimiento cognitivo situado (Morua, 2022) entre otras propuestas que se orientan a: 1) ayudar al emprendedor a construir mejores representaciones mentales de la realidad mediante el lenguaje, la reflexión sobre fenómenos y la acción; 2) el desarrollo de herramientas heurísticas para ayudar en la construcción de la realidad y del proyecto emprendedor y 3) la puesta en situación de emprendimiento para desarrollar la cognición a través de la acción.

Así, el emprendimiento cognitivo, se apoya en la representación y refuerza la idea de situación (acción situada) como parte de la cognición, ligando no solamente al sujeto con su historia, objetivos, conocimientos, personalidad, etc., sino también a un tiempo y lugar específico donde concurren artefactos, necesidades y objetivos (Morua, 2022).

3. Metodología

En esta investigación se analizaron artículos de investigación publicados acerca del emprendimiento, lo cognitivo y el emprendimiento cognitivo, además, su tendencia para conocer qué tanto interés ha despertado en los países latinoamericanos en los últimos cinco años (2018-2022). Para lograr el objetivo fue necesario realizar una revisión a través de las bases de datos de ABI/INFORM Global (compartida en ProQuest) y Google académico para determinar cuántos artículos habían enfocados al estudio del emprendimiento cognitivo, de igual forma, se consultó la base de datos de Google Trends para observar la tendencia de búsqueda y cómo ha sido el comportamiento en los países latinoamericanos.

Las bases de datos ABI/INFORM Global y Google Académico fueron consultadas por última vez el 17 de febrero del 2023, con base a los siguientes enunciados: (entrepreneur* and cogniti*) y (emprendimiento cognitivo) respectivamente, y para Google Trends el 22 de febrero de 2023 con los enunciados de emprendimiento, cognitivo y emprendimiento cognitivo. Los artículos analizados fueron en español y portugués, en la base de datos de ABI/INFORM Global se tuvieron en cuenta los títulos y las palabras claves, y en

Google Académico, los títulos y la descripción; se plantean estos parámetros porque son considerados los apartados donde se deberían incluir las palabras emprendimiento y cognitivo para darle importancia o profundidad al tema. Estas herramientas permitieron confrontar los resultados con la revisión de la literatura.

4. Hallazgos y discusión

4.1 Búsqueda en base de datos sobre el emprendimiento cognitivo

Se buscó en las bases de datos de ABI/INFORM Global y Google Académico artículos publicados que hicieran referencia al emprendimiento cognitivo. La primera base de datos arrojó un total de 502 artículos científicos y según los parámetros establecidos se obtuvo como resultado 5 artículos relacionados: 2 en el 2018, 2 en el 2020 y 1 en el 2022, y en la segunda base de datos la búsqueda arrojó un aproximado de 900 artículos de los cuales 5 tenían relación: 1 en el 2018, 2 en el 2019 y 2 en el 2020 (tabla 2).

Tabla 2. Búsqueda en base de datos sobre el emprendimiento cognitivo

Artículos que contienen emprendimiento cognitivo en título, palabras claves o descripción		
Años	ABI/INFORM	Google Académico
2018	2	1
2019	0	2
2020	2	2
2021	0	0
2022	1	0
Totales	5	5

Fuente: Elaboración propia con base en ABI/INFORM Global y Google Académico (2023).

4.2 Tendencias

4.2.1 Emprendimiento

En la tabla 3 se observa cómo ha sido el comportamiento o interés que ha despertado la palabra “emprendimiento” los últimos cinco años en los países de Latinoamérica. Por un lado, se evidencia que la tendencia ha sido a aumentar en 16 de los 20 países, entre ellos: Ecuador, Colombia, México, Venezuela, Bolivia y Costa Rica logran captar la

atención por el aumento significativo sobre los 10 puntos en el año 2022 respecto al 2021; por otro lado, observando el comportamiento desde el año 2018 hasta el 2022, países como Chile, Brasil y Cuba muestran una tendencia a la baja, sobre todo si se observa el puntaje del año 2018 con referencia al del 2022 y, por último, en Haití la tendencia siempre ha sido cero.

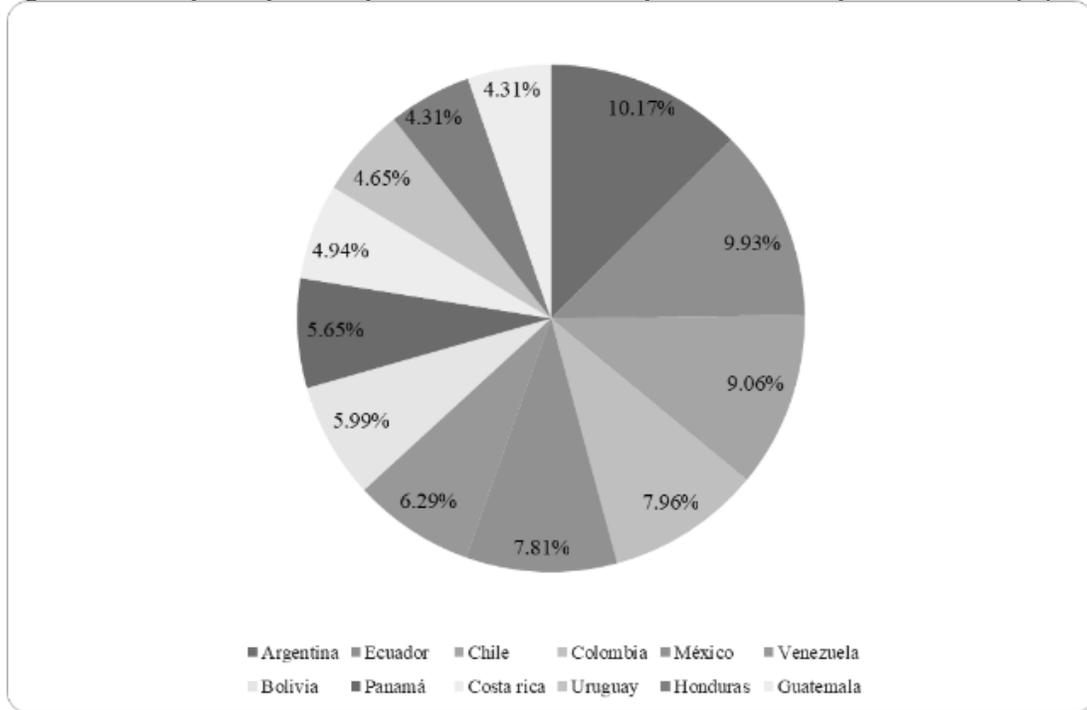
Tabla 3. Tendencia de búsqueda en países latinoamericanos sobre el emprendimiento

	2018	2019	2020	2021	2022
Argentina	37.58	37.83	57.92	66.19	62.00
Ecuador	43.21	48.90	46.35	53.33	63.50
Chile	47.85	49.52	45.52	43.92	46.04
Colombia	39.10	39.15	41.00	40.17	45.31
México	25.04	32.37	40.10	44.29	58.98
Venezuela	13.88	18.88	27.77	36.62	64.42
Bolivia	16.62	30.88	29.21	30.33	46.90
Panamá	13.44	17.92	32.73	38.62	42.50
Costa rica	13.31	13.27	25.17	32.60	42.65
Uruguay	17.88	14.42	27.62	29.35	30.19
Honduras	15.67	14.10	23.65	27.40	30.02
Guatemala	9.00	19.25	21.85	26.21	34.44
El Salvador	14.00	14.67	16.71	24.33	28.12
Nicaragua	10.02	13.60	20.02	20.54	29.87
Paraguay	7.44	11.29	21.56	27.92	25.08
República Dominicana	10.69	13.90	17.04	26.00	23.63
Brasil	12.23	7.37	10.13	10.33	9.10
Perú	2.39	3.08	6.27	11.38	8.63
Cuba	7.38	8.77	5.65	3.60	3.81
Haití	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Fuente: Elaboración propia con base a Google Trend (2023).

Se determinan los principales países donde hay mayor tendencia de búsqueda sumando los porcentajes de participación hasta donde la sumatoria se aproxime al 80%. Para el emprendimiento, Argentina ocupa la primera posición con un 10.17% de la totalidad; luego, Ecuador con un 9.93% y se encuentran países como Chile, Colombia, México, Venezuela, Bolivia, Panamá, Costa Rica, Uruguay, Honduras y Guatemala, dentro de este grupo. Entre estos 12 países no se presenta mucha diferencia de puntos entre un país y el que le sigue, excepto, entre Ecuador-Chile y México-Venezuela, quienes se encuentran sobre el 1% (gráfica 1).

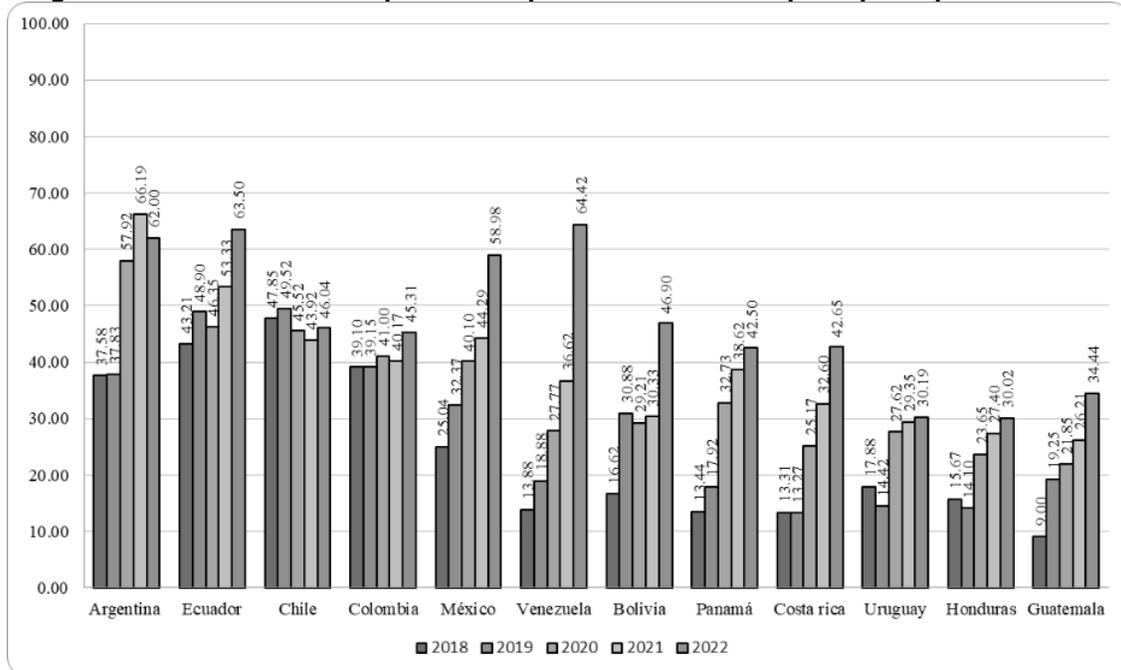
Figura 1. Principales países que han realizado búsqueda sobre emprendimiento (%).



Fuente: Elaboración propia con base a Google Trend (2023).

En la figura 2, se observa cómo ha sido la tendencia de búsqueda en los principales países desde el 2018-2022. La tendencia ha ido en aumento, es decir, de una u otra forma la palabra emprendimiento está despertando interés. De igual forma, cabe resaltar que Argentina presenta una baja en el 2022 respecto al año anterior, pero con base al 2018 se observa un aumento de aproximadamente 24.42 punto y en cuanto a Chile se observa que en algunos años este tema ha ido perdiendo interés con relación al 2018. En los demás países que hacen parte de este grupo si se observa un comportamiento al alza.

Figura 2. Tendencia de búsqueda al emprendimiento de los principales países latinos



Fuente: Elaboración propia con base a Google Trend (2023).

4.2.2 Cognitivismo

La tendencia de temas referentes a lo cognitivo va en aumento, comparando el promedio del 2018 respecto al del 2022, en 17 de los 20 países latinoamericanos se ve la importancia que ha ido tomando este tema. Solo en los países de Colombia y Cuba hubo una disminución de 4.64 y 12.27 puntos respectivamente del promedio de los años en mención. También resalta que en Haití la tendencia de búsqueda se mantiene en cero durante los cinco años (Tabla 4) y asimismo sucedió con la tendencia de búsqueda del emprendimiento (Tabla 3).

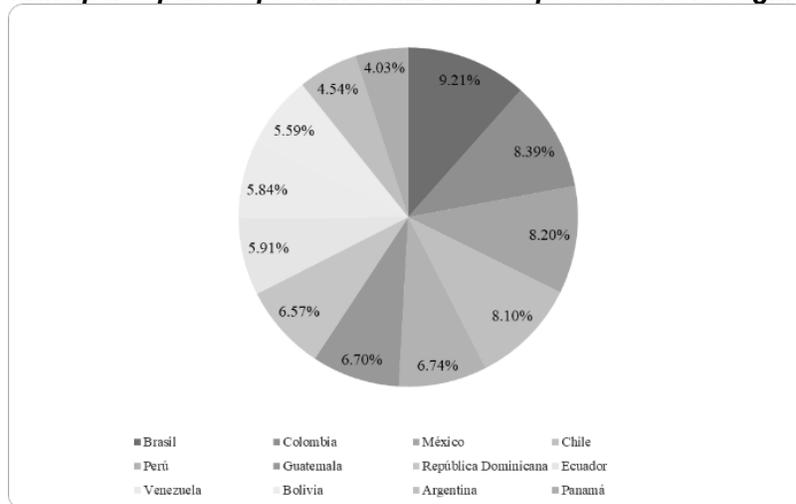
Tabla 4. Tendencia de búsqueda en países latinoamericanos sobre lo cognitivo

País	2018	2019	2020	2021	2022
Brasil	57.62	61.12	56.88	57.50	68.87
Colombia	60.69	56.87	52.48	46.35	58.54
México	45.04	45.56	57.62	54.50	65.98
Chile	54.10	53.96	47.52	46.54	63.23
Perú	38.06	38.56	38.63	42.29	63.23
Guatemala	42.08	39.31	45.63	38.83	53.73
República Dominicana	39.56	41.42	42.87	41.65	49.90
Ecuador	29.56	33.79	38.46	39.56	52.42
Venezuela	30.10	32.54	33.21	40.15	55.56
Bolivia	30.27	34.17	34.98	37.52	46.38
Argentina	27.29	27.48	29.71	29.58	34.88
Panamá	18.37	23.96	29.62	27.44	32.81
Honduras	22.29	22.87	25.29	18.81	25.48
Uruguay	19.33	17.56	27.25	22.23	26.75
El Salvador	16.94	26.13	26.21	16.63	24.12
Costa rica	19.54	19.42	16.04	21.08	30.67
Nicaragua	15.19	17.96	25.69	19.04	21.33
Paraguay	17.44	14.33	21.10	21.19	20.48
Cuba	9.88	2.60	3.29	3.71	2.94
Haití	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

Fuente: Elaboración propia con base a Google Trend (2023).

En cuanto a lo cognitivo se observa que el 60% se encuentran en la categoría de los principales países, porque hay una estrecha brecha entre un país y el que le sigue; solo se presentan diferencias por encima de 1 punto entre Chile-Perú y Bolivia-Argentina. Por otro lado, el país que ocupa un mayor porcentaje es Brasil con 9.21%, seguido por Colombia con 8.39% y México con 8.20% (Figura 3). Para este caso podría sorprender la aparición de Brasil en el primer lugar, teniendo en cuenta que en la tendencia de emprendimiento está ocupando uno de los últimos lugares (Tabla 4) y por eso no hace parte de la Figura 1, donde se pueden evidenciar los principales países en donde se ha realizado búsqueda sobre emprendimiento, esto puede deberse a que el término emprendimiento y cognitivo no están muy relacionados en este país.

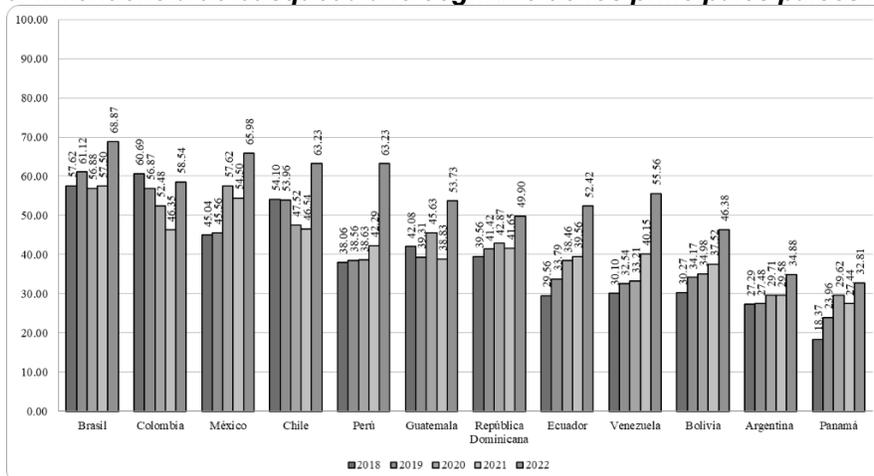
Figura 3. Principales países que han realizado búsqueda sobre lo cognitivo (%)



Fuente: Elaboración propia con base a Google Trend (2023).

A continuación se puede observar cómo ha sido la tendencia de búsqueda sobre lo cognitivo en los principales países latinoamericanos desde el año 2018 hasta el 2022 (Figura 4), en la cual se podrá constatar que en la mayoría de los países de América Latina han ido aumentando su interés respecto al tema de estudio. De acuerdo con la Figura 4, en todos los países que se encuentran dentro de este grupo se presentó un aumento en el año 2022 con relación al año inmediatamente anterior.

Figura 4. Tendencia de búsqueda a lo cognitivo de los principales países latinos



Fuente: Elaboración propia con base a Google Trend (2023).

4.2.3 Emprendimiento cognitivo

Se realiza una búsqueda en Google Trends sobre el emprendimiento cognitivo para conocer la tendencia en Latinoamérica y se puede decir que es un tema poco conocido, porque los resultados no son suficientes para hacer tendencia. Con esta búsqueda en parte se logra afirmar que el tema de emprendimiento cognitivo es un elemento nuevo de estudio, sobre todo si se observan los apartados donde se analizan las tendencias del emprendimiento y lo cognitivo, ambos presentan un aumento de interés en la mayoría de los países de América Latina, pero, como tal, el tema de emprendimiento cognitivo aún no resalta en importancia

5 Conclusiones

De acuerdo con el objetivo establecido para la investigación sobre conocer el auge o importancia del emprendimiento, lo cognitivo y el emprendimiento cognitivo en los últimos cinco años (2018-2022) en los países latinoamericanos, los resultados arrojados al realizar la búsqueda de las palabras emprendimiento y cognitivo tanto en las bases de datos como su tendencia se observa que, a través del tiempo, han ido ganando importancia en su campo de estudio en Latinoamérica ya que pudo observarse que los artículos orientados al estudio de estos temas y la tendencia va en aumento. Cabe resaltar que los estudios o artículos sobre lo cognitivo están más orientados al sector de la salud y educativo.

En cambio cuando se unificaron estas palabras para consultar sobre los estudios enfocados al emprendimiento cognitivo, la tendencia fue nula y en cuanto a las bases de datos se encontraron 10 artículos de investigación con los parámetros establecidos de búsqueda. Ello se puede considerar una cantidad baja, teniendo en cuenta que la sumatoria total de las búsquedas arrojaron un aproximado de 1.400 artículos de investigación.

En el estudio realizado por Rosero y Molina (2008) concluyen que hay una evidente necesidad de incluir, en los marcos para comprender el fenómeno del emprendimiento aspectos del orden cultural, económico, psicológico y del contexto. De igual forma, estos autores consideran pertinente poner a consideración métodos del aprendizaje y de orden cognitivo para buscar dar respuestas a aquellos interrogantes esenciales acerca del nacimiento, desarrollo del emprendimiento y de la forma de actuar del emprendedor.

Con base al estudio y lo expresado en el párrafo anterior, se puede decir que puede resultar relevante estudiar al emprendimiento desde un enfoque cognitivo, pero actualmente se está haciendo a un lado al sujeto como constructor de su propia realidad, quien reflexiona y aprende de sus experiencias, del entorno donde se encuentra y de las oportunidades, sobre cómo hizo para iniciar su emprendimiento, cuál capital social hizo parte de este inicio, entre otros aspectos. Según Cossette (2010) la renovación del conocimiento sobre el emprendimiento implica cada vez más la adopción del concepto de cognición.

5.1 Limitaciones

Por último, una de las limitaciones más relevante dentro de la investigación es la poca investigación o estudios orientados hacia el emprendimiento cognitivo en Latinoamérica, lo cual se constata con los resultados obtenidos aunque se pueda encontrar literatura en idiomas diferentes al español y bases de datos diferentes a ABI/INFORM Global y Google Académico. De igual forma, resaltar que este tipo de investigación se basa en conocer al sujeto a profundidad y el tiempo a emplear en ocasiones resulta ser muy extenso, generando en algunas ocasiones que los estudios deban desarrollarse por fases. Por ende, se considera como limitante el no poder abarcar ciertos temas o pensamientos de autores que pueden enriquecer este documento y se plantea como propuesta de estudio en el siguiente apartado.

5.2 Propuesta de estudio. Un enfoque orientado al sujeto, su acción, su realidad y cognición

Para Cosette (2010) el emprendimiento cognitivo es sobre todo un cambio de paradigma, en donde el emprendedor actuando crea sentido a su mundo y organiza sus pensamientos a través de la información. Este enfoque parece ser una aproximación lógica y natural del emprendimiento, dado que reconoce al individuo cognoscente, su parte humana y al mismo tiempo se orienta hacia su acción (Schmitt, 2015) a su proyecto y a la construcción de su ecosistema (Schmitt, 2017), sin olvidar su historia y sus conocimientos previos (Morua, 2022).

Si bien los primeros estudios sobre el tema se orientaban exclusivamente a aislar los procesos cognitivos del individuo, es decir, a sus conexiones cerebrales o a la forma en cómo trataba la información para tomar decisiones, las corrientes actuales buscan ayudar al individuo en situación (acción) a construir sus procesos de pensamiento (realidad) para aprender (conocimiento), esta triada recursiva (Acción-Conocimiento-Realidad) que forma un proceso dialógico cognitivo (Morua, 2022) reconoce al individuo en proyecto como sujeto encarnado que construye su realidad. Reconociendo que el individuo construye su propia realidad a partir de sus reflexiones y de su acción, mostrando con esto la necesidad de orientarse hacia el sujeto como persona, reconociendo sus capacidades y limitantes, así como el contexto y la situación en la cual desarrollan su proyecto que se convierte en un proyecto de vida.

5.3 Rol de investigador

Una orientación hacia el sujeto, propuesta por el emprendimiento cognitivo requiere que el investigador tome diferentes roles, como facilitador ayudando al individuo a construir su proyecto, como mentor, ayudando al individuo a construir mejores representaciones mentales. Esto involucra adoptar diferentes vías: la construcción de una visión que ayuda al individuo a construir un futuro deseado con respecto al presente declarado, la reflexión filosófica sobre la realidad, que implica ayudar al emprendedor a

reflexionar sobre sus actos y la manera en cómo influye sobre la realidad construida, el aprendizaje mediante fenómenos, que aumentan la capacidad de lenguaje del individuo y le ayudan a construir una reflexión diferente y más compleja sobre su proyecto, situar al emprendedor que lo ayuda a definir su proyecto y a darle coherencia y sentido. En otras palabras, el emprendimiento cognitivo ayuda al individuo a aprender, reflexionar y proyectarse sobre un proyecto construido por él mismo.

5. Referencias

- Alean, A., Del Rio, J., Simancas, R. & Rodríguez, C. (2017). ¿El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social? *Saber, Ciencia y Libertad*, 12(1), 107-123. Doi: <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2017v12n1.1470>
- Andler, D. (1986). Le cognitivisme orthodoxe en question. *Cahiers du Crea*, 9, 9-106.
- Bächler, R., Poblete, X. & Poblete, O. (2012). Francisco Varela: una revisión de algunos de sus aportes fundamentales a través de la mirada de David Rudrauf. *Synergies Chili*, 8, 121-140.
- Brief, J.-C. (1977). Le constructivisme Piagétien et les épistémologies traditionnelles. *Philosophiques*, 195-224.
- Bucardo, A., Saavedra, M. y Camarena, M. (2015). Hacia una comprensión de los conceptos de emprendedores y empresarios. *Suma de negocios*, 6(13), 98-107. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.08.009>
- Cossette, P. (2010). Usages du concept de cognition dans les travaux de recherche sur l'entrepreneuriat 1. *Revue internationale PME*, 23(1), 9-32.
- Chiapello, E., & Gilbert, P. (2013). Sociologie des outils de gestion. Introduction à l'analyse sociale de l'instrumentation de gestion. Paris: La Découverte.

- David, A. (2007). Scientificté et actionnabilité des connaissances en sciences de gestion: renversons la perspective ! Dans M.-J. Avenier, & C. Schmitt, *La construction de savoirs pour l'action* (pp. 109-137). Paris: L'Harmattan.
- Díaz, J. (2007). De la mente al conocimiento mediante la ciencia cognitiva. *Ciencias*, 88, 4-17.
- Díaz, J. A. (2018). Los factores determinantes del emprendimiento. *eXtoikos*, (21), 13-16. Url: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6867834>
- Filion, L.-J. (2004). Operators and visionaries: Differences in the entrepreneurial and managerial systems of two types of entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurs*, 1(1), 35-55.
- García- Molina, A. & Enseñat-Cantallops, A. (2020). Origen y evolución histórica del término «prefrontal». *Neurol*, 71(11), 421-427.
- GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2022). *Global Entrepreneurship Monitor 2021/2022 Global Report: Opportunity Amid Disruption*. GEM.
- Guananga, L. A., Rodríguez, M. G. & Albán, G. G. (2018). *Situación y gestión del emprendimiento*. Quito, Ecuador: Creative. Url: <https://bit.ly/3eptjfs>
- Jiménez, W., Larrea, J., Navarrete, M., & Castro, E. (2019). Emprendimientos innovadores a partir de competencias cognitivas en estudiantes universitarios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85).
- Kickul, J., Gundry, L. K., Barbosa, S. D., & Whitcanack, L. (2009). Intuition versus Analysis? Testing Differential Models of Cognitive Style on ntrepreneurial Self-

Efficacy and the New Venture Creation Process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 439–453.

Le Moigne, J. L. (2012). *Les épistémologies constructivistes*. Presses universitaires de France.

Meo, C. (2012). Cognition and intelligent entrepreneurship. *Anales de la Facultad de Economía*, 1, 520-532.

Morua, J. (2022). *El emprendedor entre lo dinámico y lo cognitivo*. Fontamara.

Morua, J., Estrada, S. & Quintero, Y. (2015). Emprendimiento, complejidad y representaciones: entre acción, proyección e interacción. *Projectics, Proyética, Projectique*, 3(15), 49-71.

Niebles, W. A., Niebles, L. D. & Barrios, I. Á. (2020). El emprendimiento en Colombia: análisis del marco legal y su incidencia en la generación de empleo. *Justicia*, 25(38), 35-52. <https://doi.org/10.17081/just.25.38.4390>

Ovalle, L. V., Moreno, Z., Olivares, M. A. & Silva, H. (2018). Habilidades y capacidades del emprendimiento: un estudio bibliométrico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(81), 217-230. <https://www.redalyc.org/journal/290/29055767013/29055767013.pdf>

RAE (Real Academia Española) (2023). *Cognitivo*, <https://dle.rae.es/cognitivo>

RAE (Real Academia Española) (2023). *Emprendimiento*, <https://dle.rae.es/emprendimiento>

Rosero, O. M., & Molina, S. L. (2008). Sobre la investigación en emprendimiento. *Informes psicológicos*, 10(10), 29-39.

Salguero, N. G., García, C. P., Chiluisa, M. J. & Castro, S. J. (2017). Emprendimiento, universidad y sociedad. *Revista Boletín Redipe*, 6(4), 218-225.
<https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/238/235>

Sánchez, M.F. & Suárez, M. (2017). Diseño y validación de un instrumento de evaluación de competencias para la gestión de la carrera emprendedora. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación-e Avaliação Psicológica*, 3(45), 109-123. <https://doi.org/10.21865/RIDEP45.3.09>

Schmitt, C. (2015). *L'agir entrepreneurial*. Presses de l'Université du Québec.

Schmitt, C. (2017). *La fabrique de l'entrepreneuriat*. Dunod.

Schmitt, C. (2020). *Nouvelles perspectives en entrepreneuriat. Du modèle télégraphe au modèle de l'orchestre*. Vuibert.

Simon, H.-A. (1980). Cognitive science: the newest science of the artificial. *Cognitive Science*, (4), 33-46.

Terán, E. F. & Guerrero A. M (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 41(7), <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html>

Varela, F. (2005). *Conocer*. Gedisa.

Varela, F. & Maturana, H. (1998). *De máquinas y seres vivos. Autopoiesis: la organización de lo vivo*. Editorial Universitaria.

Revisión teórica y propuesta de estudio sobre el emprendimiento cognitivo

Vargas, P. L., Zúñiga, M. G. & Mullo, M. F. (2020). Emprendimiento y su relación con el desarrollo económico y local en el Ecuador. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, 5(50), 242-258. <https://bit.ly/463f5XR>

Watzlawick, P., Bavelas, J. & Jackson, D. (1991). *Teoría de la Comunicación Humana*. Herder.