

**COGNICIÓN Y EMPRENDIMIENTO UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA
LITERATURA DURANTE EL AÑO 2009 AL 2019**

MELANY OROZCO CABRERA

IRANIA ROJANO ANGUILA

UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA

PROGRAMA DE PSICOLOGÍA

SANTA MARTA D.T.C.H -2020



**COGNICIÓN Y EMPRENDIMIENTO UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA
LITERATURA DURANTE EL AÑO 2009 AL 2019**

**IRANIA ROJANO ANGUILA
MELANY OROZCO CABRERA
AUTOR**

**DOC. KETHY LUZ PEREZ
TUTOR**

**LUIS FRANCISCO MIRANDA
CO-TUTOR**

**UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA
FACULTAD DE PSICOLOGIA**

Enero 2020



FACULTAD DE PSICOLOGIA

**Aval de Sustentación de
Trabajos de Grados**

Santa Marta, Enero 17 de 2020

Doctora

Yadid Paternina Aviléz

Decano

Facultad de Psicología

Asunto: Carta de aval Trabajo de Grado

Estimada Doctora.

Mediante la presente ratifico que conozco y he leído en su totalidad el trabajo de grado titulado **“COGNICIÓN Y EMPRENDIMIENTO UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA DE LA LITERATURA DURANTE EL AÑO 2009 AL 2019 “**; el cual cumple con el requisito mínimo necesario exigido para este tipo de ejercicios académicos.

Por lo tanto, se hace merecedor del Aval para su aceptación en los procesos administrativos de titulación en pregrado de la Facultad de Psicología de la Universidad Cooperativa de Colombia, Sede Santa Marta.

Kethy Luz Pérez

Correa Docente

Investigador

AGRADECIMIENTOS

Primeramente, Yo Melany Margarita Orozco Cabrera me gustaría agradecerle a Dios por bendecir mi vida, por permitirme llegar hasta donde he llegado, porque hizo realidad este sueño anhelado.

A la UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA por darme la oportunidad de prepararme y formarme como profesional en excelencia.

A mi tutora, la Doc. Kethy Luz Pèrez por su esfuerzo y dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí culminar mis estudios con éxito.

También me gustaría agradecer a mis profesores que hicieron parte fundamental durante toda mi carrera profesional porque todos han aportado con un granito de arena a mi formación. Son muchas las personas que han hecho parte de mi vida a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo, otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mi vida, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

Yo Irania Marcela Rojano Anguila, agradezco principalmente a Dios y a mi familia, por haberme dado la oportunidad de formarme en esta alma mater y haber sido mi apoyo durante todo este tiempo.

De manera especial a mi tutor de grado y docentes en general por haberme guiado, no solo en la elaboración de este trabajo de titulación, sino a lo largo de mi carrera universitaria y haberme brindado el apoyo para desarrollarme profesionalmente y seguir cultivando mis valores. A la Universidad Cooperativa de Colombia - sede Santa Marta, por haberme brindado tantas oportunidades y enriquecerme en conocimiento.

Tabla de Contenido

PORTADA.....	1
CONTRA	
PORTADA.....	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
TABLA DE CONTENIDO.....	4
RESUMEN.....	5
ABSTRACT.....	5
Palabras Clave.....	5
INTRODUCCIÓN	6
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	7
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.2 Pregunta problema:	7
1 JUSTIFICACIÓN	8
1.3 OBJETIVO.....	10
1.3.1 Objetivo general	10
1.3.2 Objetivos específicos.....	10
2 METODOLOGÍA	10
1.2. PROCESO DE BÚSQUEDA	10
1.3 CRITERIOS DE INCLUSIÓN	11
2.3 CRITERIOS DE EXCLUSIÓN	11
3. RESULTADOS	13
3.1 ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO	13
3.2 DEFINICIÓN DE VARIABLES.....	14
a PÁRRAFO INTRODUCTORIO.....	15
b CONCEPTUALIZACIÓN DE LA(S) VARIABLE (S).....	16
c DESARROLLO DE LAS CARACTERÍSTICAS, ELEMENTOS, DIMENSIONES O COMPONENTES DE LA(S) VARIABLE (S).....	19
3.3 ANÁLISIS DE ARTÍCULOS SELECCIONADOS.	20
4. CONCLUSIÓN	21

RESUMEN

El objetivo de esta revisión teórica es analizar los factores cognitivos, el emprendimiento y la relación que existe entre ellos. Se inicia con una descripción de la temática y de cómo el acto emprendedor es de interés a muchas disciplinas como la economía y la administración. También para poder entender al emprendedor se debe involucrar en el proceso de las competencias que posee y este pone en práctica, como encara las oportunidades que se le dan, de qué manera supera los obstáculos que en algunas situaciones se le presente en su tarea. Además de esto se muestra sus teorías, conceptos básicos y por último se establece la relación lo cual permitirá el obtener resultados concretos de la temática, en perspectiva los estudios den a conocer sobre el valor de los procesos cognitivos en los emprendedores.

Palabras claves: Cognición y emprendimiento, cognición social, emprender.

ABSTRACT:

The objective of this theoretical review is to analyze cognitive factors, entrepreneurship and the relationship between them. It begins with a description of the theme and how the entrepreneurial act is of interest in many disciplines such as economics and administration. Also, in order to understand the entrepreneur, one must be involved in the process of the competencies that he has and this device in practice, as he faces the opportunities that arise, in which way he overcomes the obstacles that in some situations may arise in his task. In addition to this, their theories, basic concepts are shown, and finally the relationship is established, which will allow obtaining concrete results of the subject, in perspective the studies make known about the value of cognitive processes in entrepreneurs.

Keywords: Cognition and entrepreneurship, social cognition, entrepreneurship

INTRODUCCIÓN

La presente revisión literaria se refiere a la temática cognición y emprendimiento.

Cognición se define según Albert Bandura (1963), afirma que los seres humanos aprenden a través de la observación, la imitación y el ejemplo de los demás. Su teoría tiende un puente entre las teorías conductuales y cognitivas del aprendizaje, centrándose en la importancia de la atención del alumno, la memoria y la motivación. Por otra parte, el emprendimiento se conoce como la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades. El emprendimiento es un término muy utilizado en el ámbito empresarial, en virtud de su relacionamiento con la creación de empresas, nuevos productos o innovación de los mismos.

Es importante mostrar bases que den a entender la estrecha relación que tiene la cognición y el emprendimiento, que brinden apoyo para poder entender si es importante una motivación para ser una persona emprendedora. Una de las teorías que tiene relación con la motivación en el emprendimiento es la Teoría de la Expectativa/Valoración la cual predice los niveles de motivación de los individuos, especialmente en el mundo laboral, determinando si este puede desempeñarse bien en su labor, con función de la recompensa que espera obtener (Van Eerde y Thierry, 1996).

En los últimos años se ha obtenido que el individuo manifiesta la necesidad de logro que lo motiva a convertirse en emprendedor, a su vez el desarrollo de este va ligado a la crianza, sus relaciones sociales y culturales donde el rasgo de la personalidad es indispensable para ser un emprendedor exitoso, en demostrar que este no es obligatoriamente innato, sino que se puede desarrollar (David McClelland, 1961).

Sin embargo, se resalta la actividad emprendedora y los emprendedores en el desarrollo económico, impulsando lo que es la innovación, acelerando esos cambios en la economía y en especial la sociedad, introduciendo mecanismos de competencia que motivan la productividad y elevan el desarrollo tanto social como económico

En esta revisión teórica se presenta unos antecedentes de cómo es la relación entre la cognición social y el emprendimiento, la motivación, conceptos e hipótesis, que permiten tener una clara comprensión de la teoría que va relacionada con la cognición y el emprendimiento. Se consultaron fuentes como artículos de revista, bases de datos, páginas web que estaban centradas o relacionadas con la temática en desarrollo.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del problema

Se considera que el emprendedor se caracteriza por pensar diferente y actuar según los aciertos o errores de ese pensamiento. Se puede contemplar en tal sentido la posibilidad de asumir mecanismos, estrategias, ya sean individuales o institucionales, propios del emprendimiento. El desarrollo de rutinas que dan cuenta del carácter adaptativo del aprendizaje, la orientación de tendencias cognitivas (imaginación, estilo de atribución, estados afectivos, falacia de plantación, auto refuerzo), son algunos de los aspectos contemplados desde el marco de la investigación cognitiva para el emprendimiento (Minniti y Bygrave, 2001).

Se asume por otra parte, que el saber, el conocimiento, tiene un rol paradójico en tanto que puede favorecer, como también obstaculizar, asuntos inherentes al emprendimiento tales como la creatividad. Las nuevas iniciativas, resultan afectadas por las particularidades del conocimiento previo, el cual sirve de referente para la creación de una vía singular que permita el reconocimiento de oportunidades. Se analiza de igual

manera el papel que cumplen los conocimientos, creencias y experiencia previa, frente a las demandas de creatividad e innovación, de los procesos emprendedores (Sternberg, 2004; Lant y Mezias, 1990); (Brazeal y Krueger, 1994; Baucus y Human, 1994); (Minniti y Bygrave, 2001); (Ardichvili, Cardozo y Ray, 2003; Ward, 2004; Ravasi y Turati, 2005); (Parker, 2006).

1.1.1 Pregunta Problema

¿Cómo se relacionan los factores cognitivos y el emprendimiento?

Los factores cognitivos están relacionados con el emprendimiento, la creación de empresa que se basa principalmente en como los empresarios son capaces de procesar la información ya sea por medio de la percepción, el conocimiento adquirido y las características subjetivas. Siendo importante resaltar que los factores cognitivos ayudan en la búsqueda de cómo utilizar los conocimientos que facilitan el identificar e inventar nuevos productos o servicios.

SUBPREGUNTAS:

- ¿Cómo se relacionan los factores cognitivos con la creación de empresa?
- ¿Cómo influyen los factores cognitivos en el éxito empresarial?
- ¿Cómo inciden los factores cognitivos en la capacidad de reconocer nuevas oportunidades para la creación de nuevos productos?

Justificación de la investigación

La presente investigación acerca de la influencia de los factores cognitivos en el emprendimiento, crea un interés por entender cómo influye la manera de pensar de una persona, al momento de querer emprender, y si realmente el cómo piensa una persona se centra en su vida, y en su éxito empresarial. Además, el emprendimiento genera cierta

necesidad en las personas de querer lograr su independencia y la estabilidad económica, capaces de tener la determinación para renunciar a la “estabilidad” que ofrece un empleo y de arriesgarse a la aventura de ser empresario.

Desde el punto de vista teórico, se realiza esta revisión para profundizar y observar aportes a la relación entre los factores cognitivos y el emprendimiento, incluyendo la manera en como una persona tiene la capacidad de reconocer nuevas oportunidades para la creación de nuevos productos, brindando una revisión del tema más actualizada.

Según GEM Colombia (2015-2016) se da un acuerdo amplio sobre la importancia que tiene la actividad emprendedora y los emprendedores en el desarrollo económico, impulsando la innovación, acelerando cambios en la economía y en especial la sociedad, introduciendo mecanismos de competencia que motivan la productividad y elevan el desarrollo tanto social como económico.

Por otro lado, desde el punto de vista metodológico, el principal aporte radica en que para esta investigación se utilizan criterios de inclusión y exclusión los cuales generan una ventaja al momento de facilitar la búsqueda, puesto que arrojará resultados más confiables, es decir aportará y facilitará la información arrojando revisiones acertadas al tema investigado

Además, desde el punto de vista social, se genera interés porque la revisión aportará a la sociedad un compromiso por emprender, y el definir que las personas desarrollen ciertas actividades emprendedoras y no la empresa en sí obteniendo una idea en como los factores cognitivos tienen cierta influencia en las metas y su éxito empresarial, brindando una solución a aquellas problemáticas que imposibilitan que la persona no inicie un proyecto para su desarrollo tanto persona como económico.

Esta revisión favorece a la Universidad Cooperativa de Colombia, como a la Facultad de Psicología, ya que genera mayor interés al estudiante, al momento de profundizar sus conocimientos acerca de la cognición y su estrecha relación con el emprendimiento, puesto que esto brindara apoyo a las investigaciones ya existentes

1.3 Objetivos de la investigación

Objetivo general:

- Determinar la relación entre los factores cognitivos y el emprendimiento desde una revisión de literatura

Objetivos Específicos:

- Establecer la relación entre los factores cognitivos y la decisión de crear una empresa.
- Identificar de qué manera influyen los factores cognitivos en el éxito empresarial.
- Determinar la incidencia de los factores cognitivos en la capacidad de reconocer oportunidades para la creación de nuevos productos.
-

1. METODOLOGIA

La revisión sistemática de literatura según Sampieri se define como la sustentación teoría del estudio que implicar analizar y exponer aquellas teorías, enfoques teóricos, investigaciones y antecedentes en general que se consideren válidos para el correcto encuadre del estudio.

Criterios de inclusión: Para realizar una revisión sistemática sobre la relación entre cognición y el emprendimiento, se establecieron criterios de inclusión y exclusión los cuales serán necesarios en la búsqueda, facilitando resultados con

validez. Siendo así los de inclusión se basan en el año de revisión del 2009 al 2019, idioma español e inglés, y artículos que se hayan realizado en América Latina y Europa. Se incluyen estos criterios para obtener resultados certeros para la investigación, el año para observar lo que se ha realizado al respecto con la cognición y el emprendimiento. El idioma ayuda para obtener resultados en la búsqueda mucho más amplios, de igual forma centrándose solo en América Latina

Criterios de exclusión: no se tiene de muestra a estudiantes universitarios porque limitará la investigación a solo una muestra en específico, por otra parte, se excluyen las revisiones en continentes como Asia, África, Oceanía.

Diagrama de flujo 1.

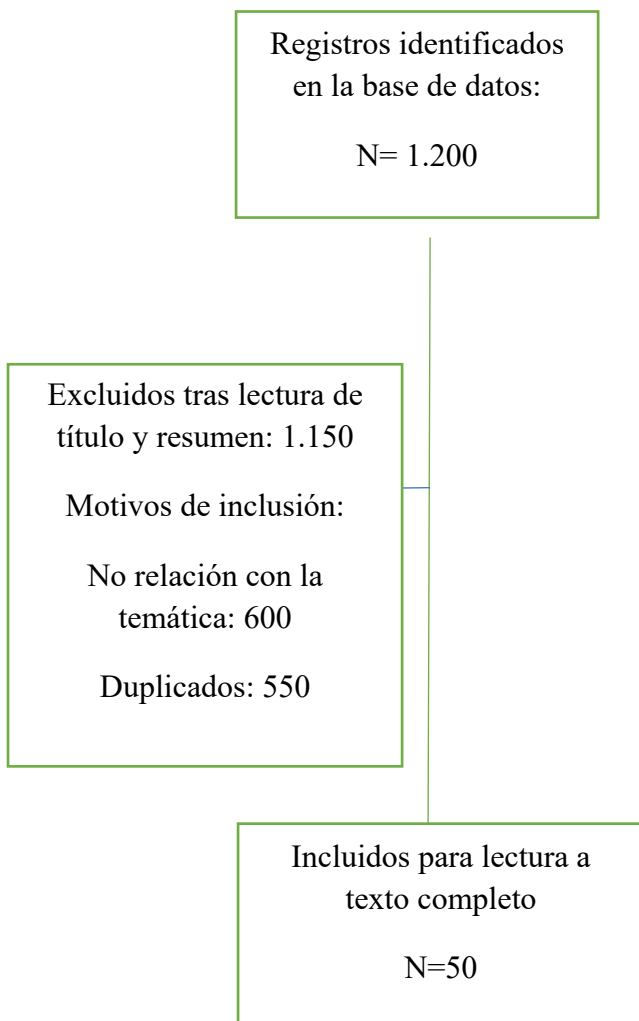
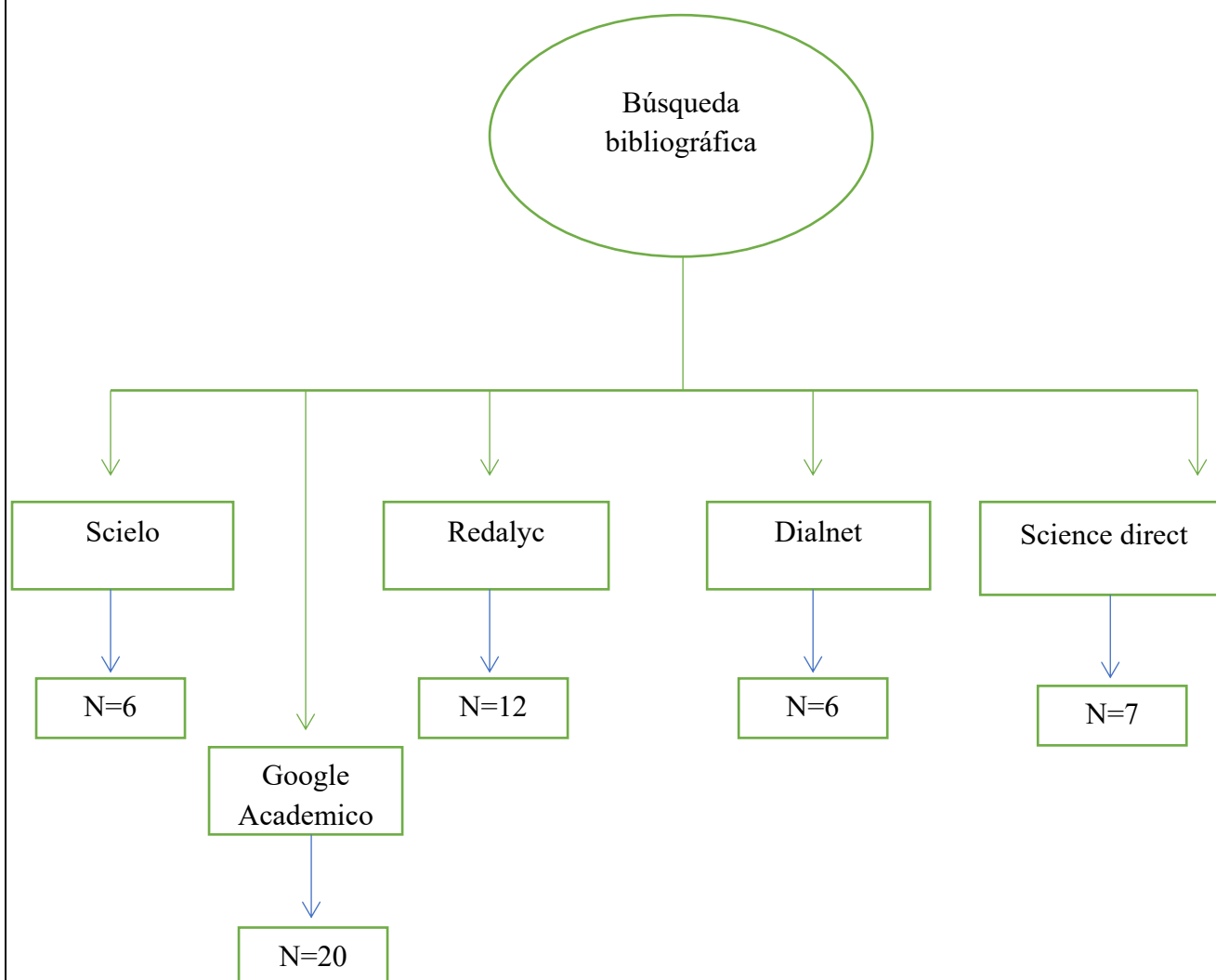


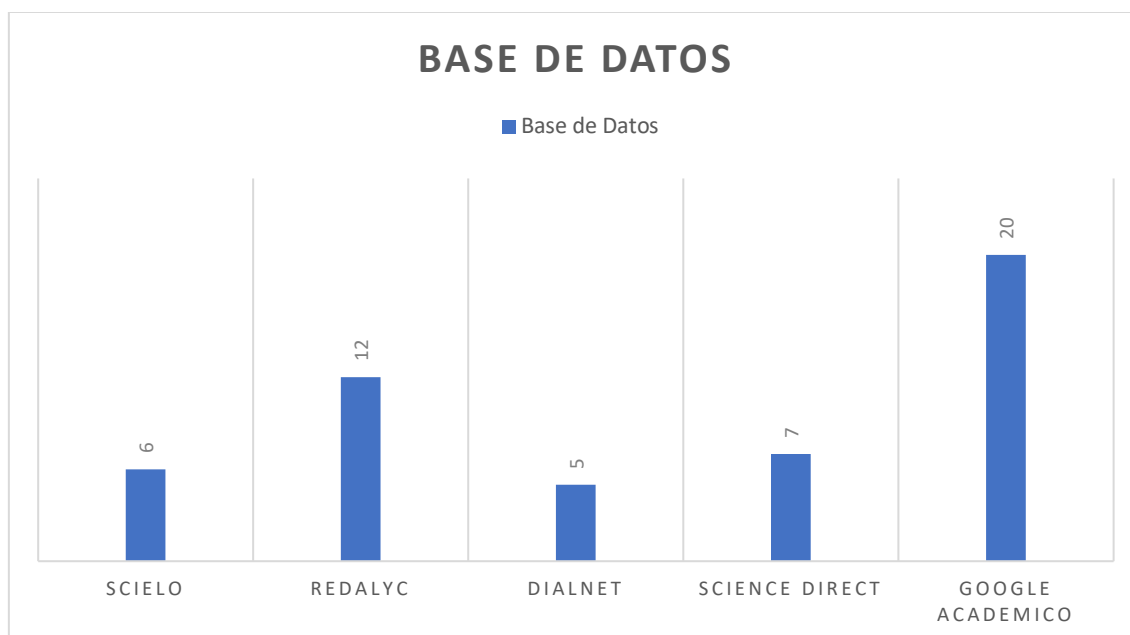
Diagrama de flujo 2



Mediante una revisión bibliográfica en base de datos, artículos con la información del tema, arrojaron 1.200 de los cuales se leyeron el resumen de cada documento de manera minuciosa con esto observamos, identificamos y seleccionamos 50 artículos que estaban en relación con los criterios de inclusión de nuestra temática, además de los objetivos de la investigación. De estos artículos se excluyeron 1.150 artículos que no estaban en relación a la temática, ni el año, ni la población.

2. RESULTADOS

Análisis bibliométrico



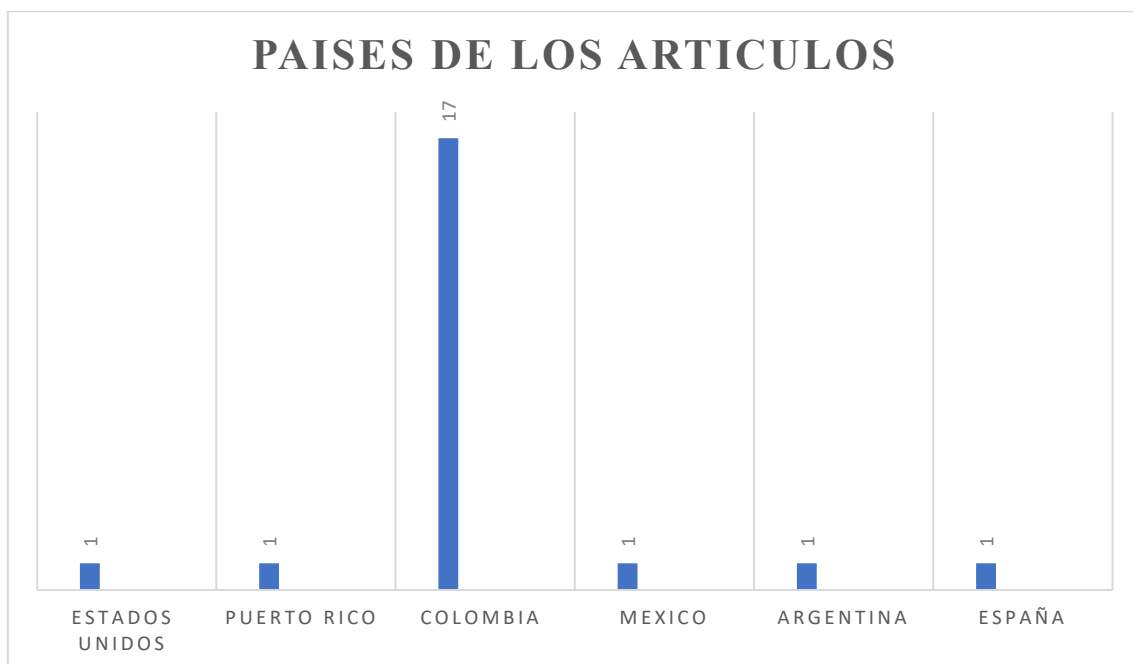
En esta grafica podemos observar las bases de datos utilizadas en esta revisión sistemática literaria, fueron estas las tomadas ya que fueron las que mas se ajustaron a los criterios de inclusión y de exclusión de la presente revisión, siendo estas las principales bases de datos de América latina, como se puede observar Google académico la que más punteo debido a que se tuvo cuenta que en esta base de datos fue donde más se encontraron artículos publicados en América latina. Las bases de datos mostraron que existen una alta tasa de emprendimientos, según datos de Global Entrepreneurship Monitor de 2015.

Muchos de los países de la región superan esta cifra a nivel local como ocurre con Ecuador (32.6%), Perú (28.8%), Bolivia (27.4%), Guatemala (20.4%), El Salvador (20.4%), México (19%) y Colombia (18.5%).

En el último reporte de GEM, 7 de los 10 países con una mayor tasa de actividad de emprendimiento temprana (TEA) son Latinoamericanos lo que refleja la importancia que está tomando el emprendimiento en la región.

Vale la pena destacar la integración que han logrado los países de la Alianza del Pacífico, que además de fomentar el comercio entre PYMES de sus países miembros, se está logrando una integración legislativa al homologar leyes de fomento al emprendimiento.

En los últimos años la región ha sufrido la incertidumbre económica mundial, registrando bajas tasas de crecimiento, es por eso que ahora más que nunca debemos hacerles el camino más fácil a los emprendedores, ya que ahí están las oportunidades para mejorar la competitividad y diversificar la matriz productiva en que predominan los recursos naturales. El emprendimiento ya se estableció como prioridad para algunos países, esperemos que ocurra en toda la región.



En esta grafico se encuentran el número de artículos que fueron publicados en cada país, como se puede observar el país que más punteo fue Colombia, según R. Sisodia, esto se debe a que existen unos factores que predisponen al colombiano a ser emprendedor. “es una sociedad que tuvo problemas en el pasado relacionados con crimines o terrorismo y eso se tradujo en una situación de falta de oportunidades, así que esto pone dos caras en una misma moneda: “situación de crimen, pero contrastada con una actitud de superación”.

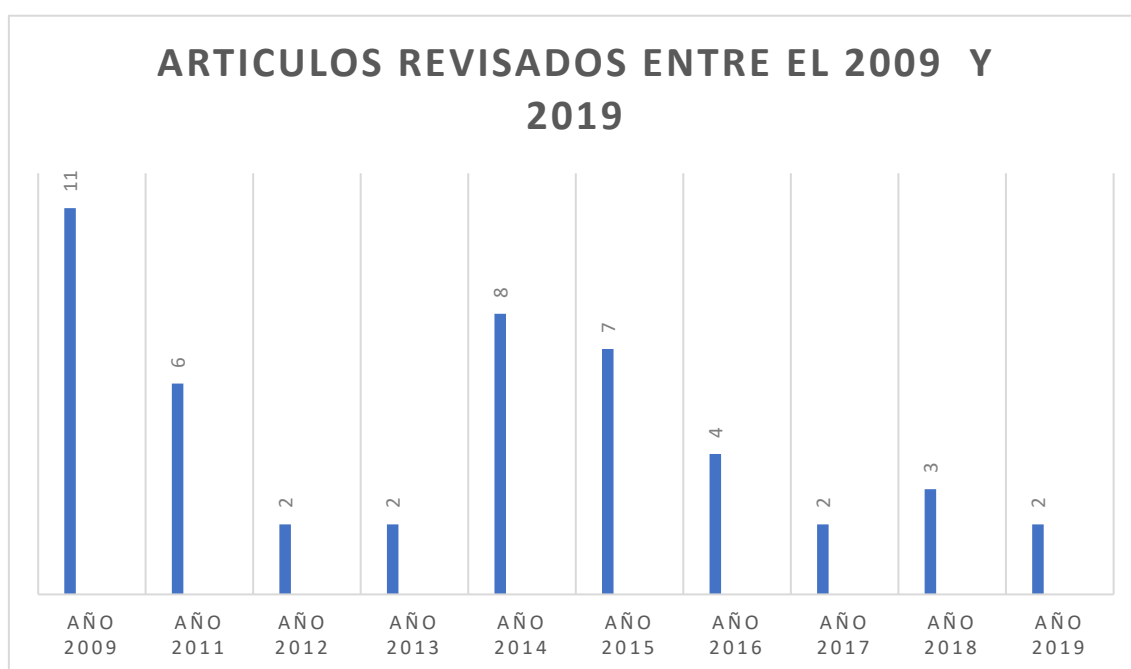
Esto, explica que lleve a que “una persona joven que no tiene perspectiva para conseguir empleo, para crear una vida, hace del emprendimiento una forma de salida.

Por otra parte, Osorio F (2011) expresa que en Colombia y en otros países latinoamericanos se vienen presentando altos niveles de actividad emprendedora. Un aumento de la probabilidad de que un grupo de individuos de ciertas características demográficas tengan una orientación empresarial si han recibido formación empresarial obligatoria en comparación con un grupo de individuos de idénticas características demográficas que no ha recibido esa formación (GEM, 2009).

Según el GEM Colombia (2015) El informe especial del GEM sobre emprendimiento social define al emprendedor social como una persona que está empezando o que actualmente lleva a cabo cualquier tipo de actividad, organización o iniciativa con un particular objetivo social, ambiental o comunitario. Por emprendedores sociales naciescentes se hace referencia a las personas que, solas o con otros, participan en la actividad empresarial social y han adoptado medidas concretas en los últimos 12 meses para ayudar a iniciar empresa (Bosma et al., 2016). Entre los países de América Latina y el Caribe, Perú posee la mayor proporción de emprendedores naciescentes que están iniciando una actividad social con 10,1%; Colombia ocupa el segundo lugar con 8,7%

El informe también hace seguimiento a la proporción de la actividad empresarial social operativa, es decir, las personas que son responsables de una actividad empresarial social en funcionamiento (Bosma et al., 2016). Entre los países de América Latina y el Caribe, el 6,3% de los emprendedores chilenos lidera alguna actividad social, seguido de los emprendedores de Perú y Colombia que comparten el mismo nivel (5,9%).

Género Tanto hombres como mujeres participan en actividades sociales empresariales; sin embargo, los hombres presentan mayor nivel de participación que las mujeres en la medida en que presentan mayor proporción en las categorías de la SEA. Se puede observar que, por una parte, el 56,5% de los hombres está tratando de iniciar y también lidera alguna SEA. Por su parte, el 44,1% de las mujeres lidera una SEA



En esta grafica se encuentra el número de articulo por año con los cuales se realizó la revisión. Como se puede observar el año en que mas hubo publicaciones sobre emprendimiento fue el 2009 esto se debe según (LAC 2009, Latin america and the

Caribbean) a que el crecimiento de América latina antes de la crisis financiera en 2008, siendo 2009 un año con una recuperación vigorosa gracias al emprendimiento y así se impuso un nuevo guion en las economías emergentes.

De igual forma se observa que la mayoría de los países de América Latina, incrementaron la actividad de emprendimiento tratando de identificar oportunidades de negocios a partir del 2009. En tal sentido, Colombia muestra un aumento en este tipo de actividad en un (60,0%), al pasar de 30% en el 2010 a un 48% para el 2012. Mientras el país que obtuvo mayor repunte en identificación de oportunidades fue Chile con un incremento de su actividad en un 64,2%, al pasar de 42% en el 2009 a un 69% para el 2012, le siguen en su orden Brasil con 59%, Perú 53%, México 52% y Argentina con 47%, cerrando Ecuador con tendencia a la baja al pasar de (45%) en 2010 a (30%) para 2012. Esto indica que Ecuador ejerce su actividad emprendedora más por necesidad que por oportunidad.

Esta expansión puede llegar a los mercados externos a través de una orientación internacional, motivado por factores como los Tratados de Libre Comercio (TLC) y Acuerdos comerciales suscritos por los países de América Latina a nivel global, situación que muestra a Colombia (15%), Perú (105) y Chile (8%), como los países de mayor aspiración hacia mercados externos y Ecuador con una Tasa decreciente desde 2009 (13%) hasta el año 2012 (0%). Para finalizar, cuando se habla de emprendimiento, es necesario identificar la persona que ejerce esta actividad. Si bien es cierto que todos tenemos un potencial para emprender, no todos podemos ser emprendedores.

Definición de variables

Es importante señalar que la población tomada son jóvenes con la facultad de emprender, y el saber cómo los factores cognitivos tanto superiores como básicos

influyen en ellos, es importante definir los factores cognitivos según Neisser, 1967 como todo aquel conjunto de operaciones mentales que realizamos de forma más o menos secuenciada con el fin de obtener algún tipo de producto mental. Se trata de cada una de las operaciones que realizamos que nos permiten captar, codificar, almacenar y trabajar con la información proveniente tanto del exterior como del interior. cognición equivale a capacidad de procesamiento de la información a partir de la percepción y la experiencia, pero también de las inferencias, la motivación o las expectativas, y para ello es necesario que se pongan en marcha otros procesos como la atención, la memoria, el aprendizaje, el pensamiento,

Existen dos tipos de estos factores cognitivos que son los básicos y superiores.

Los procesos cognitivos básicos, según Neisser, 1967 sirven de base para la posterior elaboración y procesamiento de la información. Son aquellos que permiten que la información sea captada y mantenida en nuestro sistema con tal de poder trabajar con ella.

La Sensopercepción, según Figueroa 2007 se define por separado en sensación y percepción, este tipo de proceso cognitivo básico es el que permite que la información sea procesada por nuestro sistema. Captamos las sensaciones a través de los diferentes receptores de los que disponemos en nuestro organismo y posteriormente los percibimos al organizar la información de los receptores y dotarla de un sentido.

La atención según Lorenzo, 2001 es el proceso cognitivo que permite que el ser humano seleccione, focalice y mantenga sus recursos mentales en una estimulación determinada, dejar de dedicárselos o separar los recursos. Existen diferentes tipos de atención, entre ellas la focalizada o la sostenida, la dividida, la voluntaria o la involuntaria, la abierta o la encubierta.

El procesamiento de la información según Figueroa 2007 esta muy vinculado a la atención y a la percepción, el procesamiento de la información es uno de los procesos cognitivos básicos el cual nos permite que la información captada sea procesada y pueda llegar a ser elaborada.

La Memoria, Reed 2007 dice que la memoria ejerce un papel fundamental en la cognición puesto que permite mantener en el sistema la información percibida previamente y trabajar con ella tanto a corto como largo plazo.

Procesos cognitivos superiores, según Ramos, Herrera, Ramírez 2010 se consideran como procesos cognitivos superiores a aquellos que suponen el nivel máximo de integración de la información, siendo procesos que se derivan de la unión de la información proveniente de diversas modalidades sensoriales y procesos cognitivos básicos. A menudo son conscientes y que requieren de un esfuerzo mental para realizarlos.

El Pensamiento, de acuerdo con Duarte en 1998 el principal y más conocido proceso cognitivo superior es el pensamiento. En él integramos toda la información y a partir de él realizamos diferentes operaciones mentales. Nos permite formarnos conceptos, elaborar juicios y deducciones y aprender.

Las Funciones ejecutivas, según Matlin 2002 pueden ser incorporadas como parte del pensamiento o bien separarse en distintos procesos básicos, el conjunto de las funciones ejecutivas nos permite gestionar la conducta y el conjunto de procesos cognitivos mediante la puesta en marcha de distintas habilidades.

El Aprendizaje, según Rivas 2007 es la capacidad de aprendizaje se deriva en gran medida de la capacidad de prestar atención a la estimulación para posteriormente almacenarla en la memoria y poder recuperarla posteriormente.

El Lenguaje, según Villalba 2010 es considerado un proceso cognitivo superior, que además de para comunicarnos con el entorno y nuestros semejantes es utilizado para regular internamente nuestra conducta (a través de autoinstrucciones). Es importante tener en cuenta de que no hablamos solo de lenguaje oral, sino también de otros tipos de comunicación.

La creatividad según Fernández y Trespalacios en 2008 la creatividad es considerada es considerada por algunos autores como un proceso cognitivo superior, ya que supone la elaboración de estrategias o vías de pensamiento novedosas y alejadas de lo aprendido y adquirido mediante la experiencia.

La Motivación, Peña 2006 la define como el proceso cognitivo mediante el cual vinculamos y dedicamos nuestra energía a una empresa en particular, relacionando cognición y emoción. Gracias a ella podemos dirigir nuestra conducta y puede facilitar o dificultar la adquisición o el procesamiento de la información.

Los factores cognitivos y la creación de una empresa se relacionan en como los empresarios procesan las informaciones a partir de la percepción, el conocimiento adquirido y características subjetivas que permiten valorar y considerar ciertos aspectos en pérdida de otros, también en la necesidad de logro siendo un factor que influye a un emprendedor a superarse y crear. Por otra parte, que los asuntos como la toma de decisiones, la evaluación de oportunidades, toma de riesgos, procesos de innovación y creatividad, son tratados bajo los aportes de lo cognitivo.

El carácter de proceso que se construye socialmente, es sustentado por diversas investigaciones para la comprensión del emprendimiento. Bajo este tipo de perspectivas se asume que el análisis de los procesos emprendedores debe darse a la luz de asuntos como la cultura, el lenguaje, los procesos narrativos que contribuyen sin duda a

consolidar la identidad del emprendedor determinando sus creencias, valores y prácticas. Además, los factores cognitivos ayudan en la búsqueda de como utilizar los conocimientos que ayuden a identificar e inventar nuevos productos o servicios, incluso entendiendo como reunir los recursos necesarios, para iniciar y hacer crecer las empresas.

Análisis de Resultados

El desarrollo de rutinas que dan cuenta del carácter adaptativo del aprendizaje, la orientación de tendencias cognitivas (imaginación, estilo de atribución, estados afectivos, falacia de plantación, autorefuero), son algunos de los aspectos contemplados desde el marco de la investigación cognitiva para el emprendimiento. (Minniti y Bygrave, 2001).

Tomando como referencia la investigación de Mora R (2011), se observa que tuvieron en cuenta cinco categorías importantes como lo son, motivación de logro, control interno, autoestima, riesgo e innovación, pero teniendo tres subcategorías como lo cognitivo, afectivo y comportamental. Donde los resultados reflejan actitudes positivas entre los emprendedores que obtuvieron de muestra de la UJTL (*Universidad Jorge Tadeo Lozano*) y mostrando que la categoría más influyente fue la autoestima y la subcategoría, la comportamental.

Se identifican algunas tendencias predominantes en torno a las cuales se concentran los temas, problemas y situaciones tratadas. Se observa en general, que en el tema del emprendimiento se han producido interesantes desplazamientos en cuanto a los asuntos de interés para la investigación, que reflejan a su vez la aparición de nuevas perspectivas para comprender el emprendimiento. vista de las características particulares de un individuo y de su personalidad, ha ido cediendo terreno a perspectivas

que abogan por un carácter mucho más complejo. Se hace evidente la necesidad de incorporar en los marcos de comprensión del fenómeno, aspectos del orden psicosocial, cultural, económico y del contexto.

Según el GEM Colombia (2015) El informe especial del GEM sobre emprendimiento social define al emprendedor social como una persona que está empezando o que actualmente lleva a cabo cualquier tipo de actividad, organización o iniciativa con un particular objetivo social, ambiental o comunitario. Por emprendedores sociales nacientes se hace referencia a las personas que, solas o con otros, participan en la actividad empresarial social y han adoptado medidas concretas en los últimos 12 meses para ayudar a iniciar empresa (Bosma et al., 2016). Entre los países de América Latina y el Caribe, Perú posee la mayor proporción de emprendedores nacientes que están iniciando una actividad social con 10,1%; Colombia ocupa el segundo lugar con 8,7%

Dentro de esta tendencia, se plantea la pertinencia de considerar procesos del aprendizaje y del orden cognitivo para tratar de dar respuesta a interrogantes fundamentales sobre la génesis, desarrollo del emprendimiento y del actuar mismo del emprendedor. Asuntos como la toma de decisiones, la evaluación de oportunidades, toma de riesgos, procesos de innovación y creatividad, son tratados bajo los aportes de lo cognitivo.

Por otra parte, el carácter de proceso que se construye socialmente, es sustentado por diversas investigaciones para la comprensión del emprendimiento. Bajo este tipo de perspectivas se asume que el análisis de los procesos emprendedores debe darse a la luz de asuntos como la cultura, el lenguaje, los procesos narrativos que contribuyen sin duda a consolidar la identidad del emprendedor determinando sus creencias, valores y prácticas.

Se encuentra así mismo que el desarrollo del emprendimiento y de los procesos que este suscita, no necesariamente se debe reducir al orden de lo económico. Cada vez se hace más frecuente su aplicación y nexo con asuntos de orden social, cultural, educativo y tecnológico. Esto al parecer daría cuenta de una interesante ampliación de la perspectiva emprendedora, concibiéndola como posible modelo que permite dar cuenta de formas actuales para asumir distintos procesos y actuar en diversos contextos. Esto resulta de especial interés para aquellos preocupados por el tema y sus diversas posibilidades de investigación y aplicación.

Según Sánchez, J. Gonsalvez, F. (2011) La creación de una nueva empresa es un acto complejo por la profundidad de su naturaleza psicológica. Éste incluye y pone en funcionamiento diversos aspectos de la personalidad del sujeto como su sistema de necesidades y motivos, sus posibilidades intelectuales, sus habilidades, sus percepciones, sus voluntades, disposiciones y la capacidad de vencer obstáculos tanto externos como internos

Para la psicología del hombre actual y para aquellos campos del conocimiento que orientan sus preocupaciones al estudio de las relaciones, vínculos, posibilidades y limitantes que ofrecen las organizaciones y el mundo del trabajo, un tema como el del emprendimiento ofrece una gama particular de posibilidades. Su articulación con los contextos de cambio y su condición de contemporaneidad, ofrece amplias perspectivas para enriquecer las comprensiones del mundo del hombre y del trabajo, pero igualmente demandan de la Psicología aportes novedosos en la elaboración teórica, conceptual e igualmente de la implementación metodológica para su estudio. Esto, sin duda, brindará referentes importantes tanto para el mundo académico como también para el campo aplicado.

DISCUSIÓN Y ANALISIS

De acuerdo con los resultados del análisis, se puede afirmar que existe coherencia entre las dimensiones planteadas para describir un perfil emprendedor: motivación de logro, creatividad, autoconfianza, tolerancia a la frustración, negociación, flexibilidad, liderazgo y trabajo en equipo, hacen parte de las características reconocidas como parte del perfil emprendedor. (Roth Unzueta, E. Carmona Escalera, C. Rodríguez Fernández, A. 2011)

Según el GEM (2015) el emprendedor social se define como una persona que está empezando o que actualmente lleva a cabo cualquier tipo de actividad, organización o iniciativa con un particular objetivo social, ambiental o comunitario. Por emprendedores sociales nacies se hace referencia a las personas que, solas o con otros, participan en la actividad empresarial social y han adoptado medidas concretas en los últimos 12 meses para ayudar a iniciar empresa. Cuando Segura M, Javier F, Becerra M, Neri J, Mballa L, De la rosa M (2018) Afirman que el contar con un negocio podría considerarse como una oportunidad para formar, en los integrantes de la familia el deseo de emprender su propia empresa a futuro, sin embargo, no siempre suele ser así. El impacto de un negocio familiar puede ser un detonante en el desarrollo de la personalidad emprendedora.

Existe una relación entre los factores cognitivos y el emprendimiento por medio de los rasgos de motivación, autonomía en especial la influencia que puede generar la experiencia laboral en los jóvenes y adultos el tener un espíritu emprendedor y comprometido con cada proyecto.

El psicólogo David McClelland (1961) fue uno de los primeros en plantear el tema de la motivación de los emprendedores desde otros ámbitos. Según él, la necesidad de logro

es lo que realmente motiva a un individuo a convertirse en emprendedor; su hipótesis es que este factor es, en parte, responsable del crecimiento económico. A su vez, el desarrollo de este atributo está influenciado en la persona por la crianza y por aspectos sociales y culturales del entorno. Su aporte consistió, además de descubrir que este rasgo de la personalidad es indispensable para ser un emprendedor de éxito, en demostrar que este no es obligatoriamente innato, sino que se puede desarrollar (McClelland, 1965).

Existe la teoría de Expectativa/Valoración, atribuida por Victor Vroom (1964) se desarrolló para predecir los niveles de motivación de los individuos, en especial los del mundo laboral. Esta teoría explica la motivación basada en tres tipos de relaciones:

- Expectativa o la probabilidad subjetiva de que el esfuerzo conducirá a un resultado (relación esfuerzo-rendimiento).
- Lo atractivo, conveniente y satisfactorio de los resultados previstos (relación de valoración o valoración personal de los objetivos).
- La creencia de que un determinado nivel de rendimiento se traducirá en un resultado deseado (relación de instrumentalidad)

Además, se presenta la teoría del comportamiento planificado (TPB) desarrollada por Icek Ajzen (1991) tiene por objetivo la intención del individuo para realizar una conducta determinada. Muestra como los factores motivacionales influyen en un comportamiento y son indicaciones del nivel de esfuerzo que las personas están dispuestas a hacer con el fin de realizar la conducta. Ajzen (1991) explica que son tres los determinantes, conceptualmente independientes, de la intención. El primero es la actitud hacia el comportamiento, y tiene que ver con el grado en que una persona tiene

una valoración favorable o desfavorable de la conducta en cuestión. El segundo es un factor social, que el autor denomina “norma subjetiva”; se refiere a la percepción de la presión social para realizar o no realizar la conducta, El tercer determinante es el grado de control conductual percibido, que está relacionado con la facilidad o dificultad percibida de la realización de la conducta.

CONCLUSION

En la literatura especializada sobre emprendimiento, se identifican algunas tendencias predominantes en torno a las cuales se concentran los temas, problemas y situaciones tratadas. Se observa en general, que en el tema del emprendimiento se han producido interesantes desplazamientos en cuanto a los asuntos de interés para la investigación, que reflejan a su vez la aparición de nuevas perspectivas para comprender el emprendimiento. La tendencia centrada en el análisis del emprendimiento desde el

punto de vista de las características particulares de un individuo y de su personalidad, ha ido cediendo terreno a perspectivas que abogan por un carácter mucho más complejo.

Se hace evidente la necesidad de incorporar en los marcos de comprensión del fenómeno, aspectos del orden psicosocial, cultural, económico y del contexto.

Dentro de esta tendencia, se plantea la pertinencia de considerar procesos del aprendizaje y del orden cognitivo para tratar de dar respuesta a interrogantes fundamentales sobre la génesis, desarrollo del emprendimiento y del actuar mismo del emprendedor. Asuntos como la toma de decisiones, la evaluación de oportunidades, toma de riesgos, procesos de innovación y creatividad, son tratados bajo los aportes de lo cognitivo, retomando de dicha propuesta varios de sus conceptos y recursos metodológicos. Por otra parte, el carácter de proceso que se construye socialmente, es sustentado por diversas investigaciones para la comprensión del emprendimiento. Bajo este tipo de perspectivas se asume que el análisis de los procesos emprendedores debe darse a la luz de asuntos como la cultura, el lenguaje, los procesos narrativos que contribuyen sin duda a consolidar la identidad del emprendedor determinando sus creencias, valores y prácticas. Se encuentra así mismo que el desarrollo del emprendimiento y de los procesos que este suscita, no necesariamente se debe reducir al orden de lo económico. Cada vez se hace más frecuente su aplicación y nexos con asuntos de orden social, cultural, educativo y tecnológico. Esto al parecer daría cuenta de una interesante ampliación de la perspectiva emprendedora, concibiéndola como posible modelo que permite dar cuenta de formas actuales para asumir distintos procesos y actuar en diversos contextos. Esto resulta de especial interés para aquellos preocupados por el tema y sus diversas posibilidades de investigación y aplicación. Para la psicología del hombre actual y para aquellos campos del conocimiento que orientan sus preocupaciones al estudio de las relaciones, vínculos, posibilidades y limitantes que

ofrecen las organizaciones y el mundo del trabajo, un tema como el del emprendimiento ofrece una gama particular de posibilidades. Su articulación con los contextos de cambio y su condición de contemporaneidad, ofrece amplias perspectivas para enriquecer las comprensiones del mundo del hombre y del trabajo, pero igualmente demandan de la Psicología aportes novedosos en la elaboración teórica, conceptual e igualmente de la implementación metodológica para su estudio. Esto, sin duda, brindará referentes importantes tanto para el mundo académico como también para el campo aplicado.

Con base a esta investigación es importante el descubrimiento de oportunidades en la decisión de emprender, siento que las expresiones de la actividad cognitiva generan una mayor atención, considerando que el identificar las oportunidades constituye ese punto de inicio en el proceso de emprender de una manera abierta. No obstante, las oportunidades han sido principalmente definidas e identificadas en términos de productos económicos tales como ideas de nuevos productos, insumos, mercados, entre otros, todos estos capaces de generar una variación de beneficios económicos para las personas. Cabe resaltar que los estilos cognitivos de emprendimiento influyen mucho, como lo es el estilo intuitivo que hace referencia al juicio inmediato basado en la sensación y la adopción de una perspectiva ya sea de manera global, es decir ese tipo de persona que es intuitiva confía en sus métodos exploración, recuerda fácilmente imágenes espaciales y trabaja mejor con ideas que requieran una evaluación global. Por otro lado, el estilo analítico, se referencia al juicio en el razonamiento y el detalle, prefiere lo que es un acercamiento estructurado a la solución de problemas y hace uso de procedimientos sistemáticos de investigación, sintiéndose más cómoda con ideas que surgen.

El espíritu emprendedor está relacionado con la creatividad, la propensión de una persona en crear algo nuevo; el proceso del emprendedor implica la motivación para superar los obstáculos, propensión para aceptar riesgos y el deseo de lograr cualquier objetivo a ser alcanzado (Schein,1985). La literatura describe los emprendedores como individuos orientados para la acción, enérgicos, tolerantes a las situaciones y adversidades, poseen elevada autoconfianza, con un fuerte control personal y necesidad alta de realización. Entre estas definiciones, la motivación es un aspecto común y puede ser verificada constantemente en el emprendedor. (Sánchez, J. Gonsalvez, F. 2011)

La relación de los aspectos cognitivos con la iniciativa empresarial representa un cambio importante. La articulación de una teoría rigurosa y empíricamente demostrable, la teoría cognitiva puede aportarnos gran riqueza informativa para explicar el papel del individuo en el proceso emprendedor. Finalmente debe señalarse que el interés primario de estudios como el presente reside en construir un perfil psicológico del emprendedor, con la esperanza de que se constituya una guía para orientar acciones de formación y capacitación para potenciar aquellos atributos, capacidades o competencias personales que optimicen el comportamiento emprendedor y lo proyecten con probabilidades de éxito.

REFERENCIAS

1. Aragón Mendoza, J. F. (2014). Cognición emprendedora, decisión de crear una empresa y nivel de desarrollo de los países y sus instituciones.

2. Arroyo, M. R., Fuentes, M., & Ruiz, J. M. (2014). Análisis del emprendedor potencial: Integración de factores socio-demográficos, cognitivos y relacionales. *Gestión Joven*, (12), 37-51.
3. Bargsted, A. (2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, 13(25), 121-132.
4. Batista Hernández, N., Valcárcel Izquierdo, N., Real Zumba, G., & Albán Navarro, A. D. (2017). Desarrollo de la competencia de emprendimiento; una necesidad en la formación integral del estudiante. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 5(1).
5. Bécart, A. (2016). Coaching y fomento del emprendimiento: nuevas perspectivas para la educación superior. *Perspectiva Socioeconómica*, 1(3), 17-27.
6. Bilbao, N. S., & Vélez, A. L. L. (2015). Las competencias de emprendimiento social, COEMS: Aproximación a través de programas de formación universitaria en Iberoamérica. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (119), 159-182.
7. Carrillo, L. L., Bergamini, T. P., & Navarro, C. L. C. (2014). El emprendimiento como motor del crecimiento económico. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, 3048, 55-63.
8. Castro, I., Galán, J. L., & Bravo, S. (2014). Entrepreneurship and social capital: evidence from a Colombian business incubator. *Innovar*, 24(SPE), 91-100.
9. Concha, A., Álvarez, C., & Sáez, E. (2004). Programa de formación de emprendedores en la Universidad de Concepción. Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A, 311-322.

10. Delgado Piña, M., Gómez Martínez, L., Romero Martínez, A. M., & Vázquez Inchausti, E. (2008). Determinantes sociales y cognitivos en el espíritu emprendedor: un estudio exploratorio entre estudiantes argentinos.
11. Del Solar, S. (2010). *Emprendedores en Aula*. Santiago de Chile: FUNDAR y BID.
12. Dew N, Grichnik D, Mayer K, Read S, Brinckmann J (2016) *Situated Entrepreneurial Cognition*.
13. Durán-Aponte, E., & Arias-Gómez, D. (2015). Intención emprendedora en estudiantes universitarios: integración de factores cognitivos y socio-personales. *Revista Colombiana de Ciencias Sociales*, 6(2), 320-340.
14. Espinoza Burgos, D. J. (2019). Análisis de las técnicas cognitivas en el aprendizaje académico en la asignatura de Emprendimiento y Gestión (Bachelor's thesis, Universidad de Guayaquil, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación).
15. Gallardo, F. H. W. (2012). El emprendimiento como factor de movilización social. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 36(4).
16. García-Cabrera, A. M., de la Cruz Déniz-Déniz, M., & Cuéllar-Molina, D. G. (2015). Inteligencia emocional y emprendimiento: posibles líneas de trabajo. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 65-101.
17. GEM, G. E. M. (2009). *Global entrepreneurship monitor*.
18. GEM, G. E. M Colombia (2016)
19. Hernández-López, D. M., Moncada-Toro, J. F., & Henao-Colorado, L. C. (2018). Intención emprendedora de los empleados del sector privado de la ciudad de Medellín y su Área Metropolitana. *Revista CEA*, 4(8), 13-33.

20. Hernández, N. B., Intriago, R. V. G., Espinoza, J. C. G., & Vásquez, P. J. D. (2017). Competencia de emprendimiento como sustento de la formación integral e inserción social del estudiante. *Revista Órbita Pedagógica*. ISSN 2409-0131, 4(3), 115-125.
21. Herrera, J. A. A. (2010). La ideología del emprendimiento. Una mirada desde el análisis crítico del discurso. *AD-minister*, (17), 5-33.
22. Herrera, J. A. A. EL DISCURSO DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL EN MEDELLIN: UNA MIRADA DE LA CONSTRUCCIÓN DUAL DE LA IDENTIDAD ORGANIZACIONAL.
23. Lanero, A., Vázquez, J. L., & Muñoz-Adánez, A. (2015). Un modelo social cognitivo de intenciones emprendedoras en estudiantes universitarios. *Anales de psicología*, 31(1), 243-259.
24. Lugo, J., & Espina, M. (2014). Factores Determinantes para el Desarrollo de la Actividad Emprendedora: Un Estudio Correlacional. *Esic market*, 147, 147-174.
25. Marulanda Valencia, F. Á., Montoya Restrepo, I. A., & Vélez Restrepo, J. M. (2014). Teorías motivacionales en el estudio del emprendimiento. *Revista científica Pensamiento y Gestión*, 36.
26. Miranda, M. S. P. (2013). *El desequilibrio creativo en el emprendedor por deseo, por necesidad y social* (Doctoral dissertation, Universidad de Castilla-La Mancha).
27. Mol, E (2015) “ Entrepreneurial Team Cognition: A review” Vol 17. *Online library*
28. Mora Pabón, R. (2011). *Study of Entrepreneurial Attitudes of professionals who create their own companies*. *Revistas EAN*, (71), 70-83.

29. Ocampo Eljaiek, D. R. (2016). El emprendimiento social en la formación integral. *Revista EAN*, (81), 175-190.
30. Ortiz Riaga, C. A. R. O. L. I. N. A., Duque Orozco, Y. V., & Camargo Mayorga, D. A. V. I. D. (2008). Feminine Entrepreneurship: A review to the state of research. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 16(1), 85-104.
31. Montoya, J. A. M., Calle, G. C., & Mejía, L. F. M. (2009). Emprendimiento: visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (66), 153-168.
32. Nicolás Martínez, C., & Rubio Bañón, A. M. (2012). El emprendimiento social: una comparativa entre España y países sudamericanos. *Faedpyme International Review*, 1(1), 38-49.
33. Prados, M. Á. H., & Moreno, C. Q. UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE EMPRENDIMIENTO.
34. Páez, D. P., & García, J. C. (2011). Acercamiento a las características del Universitario emprendedor en la Unidad de emprendimiento empresarial de la Universidad Nacional de Colombia. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (71), 52-69.
35. Palacios, A., & Bettino, R. (2018). Intervención educativa con la estrategia didáctica de aprendizaje basado en problemas bajo el enfoque socio cognitivo, orientadas al desarrollo de los aprendizajes en el área personal social en los estudiantes del quinto grado de educación primaria de la institución educativa pública N° 38001 Gustavo Castro Pantoja del distrito de Ayacucho 2017.

36. Pico, A. A., Del Rio, J., Trujillo, R. S., & Arias, C. R. (2017). *¿El emprendimiento como estrategia para el desarrollo humano y social? Saber, ciencia y libertad*, 12(1), 107-123.
37. Roth, E., Carmona, C., & Velasco, C. (2010). *Algunas dimensiones cognitivas del emprendimiento económico femenino*.
38. Sadler-Smith, E. (2012). Entrepreneurial cognition, entrepreneurial orientation and firm capability in the creative industries. *British Journal of Management*, 23(3), 415-432.
39. Sánchez, J. C., & Gonsalvez, F. Emprendedurismo, un enfoque cognitivo.
40. Santos Velasco, D., Requero, B., Cancela, A., & Pedrazzo, A. (2015). Juventud proactiva: Cómo crear unas actitudes fuertes y positivas hacia el emprendimiento. *Revista de Estudios de Juventud*.
41. Silveira-Pérez, Y., Cabeza-Pullés, D., & Fernández-Pérez, V. (2016). Emprendimiento: perspectiva cubana en la creación de empresas familiares. *European Research on Management and Business Economics*, 22(2), 70-77.
42. Sarasty, O. M. R., & Molina, S. L. (2008). Sobre la investigación en emprendimiento. *Informes Psicológicos*, 10(10), 29-39.
43. Ruiz Arroyo, M. (2013). *Emprendedores con expectativas de alto crecimiento: una perspectiva de género a nivel mundial*. Universidad de Granada.
44. Teherán, M. (2017). Revisión del concepto cognición social. *Liderazgo Estratégico*, 7(1).
45. Ternera, L. C., Sepúlveda, P. A., Vega, E. O., & Urueta, C. B. Factores personales y motivacionales asociados a las capacidades emprendedoras.

46. Tinoco, F. F. O., & Laverde, F. P. (2011). Hacia un modelo de educación para el emprendimiento: una mirada desde la teoría social cognitiva. *Cuadernos de administración*, 24(43), 13-33.
47. Tsoi, L., Dungan, J., Waytz, A., & Young, L. (2016). Distinct neural patterns of social cognition for cooperation versus competition. *NeuroImage*, 137, 86-96.
48. Unzueta, E. R., Escalera, C. C., Velasco, C., & Fernández, A. R. (2011). Algunas dimensiones cognitivas del emprendimiento económico femenino: el papel de los estilos cognitivos en el reconocimiento de oportunidades. In *Actas del I Congreso Internacional sobre Migraciones en Andalucía* (pp. 67-77). Instituto de Migraciones.
49. Yamakawa Y, Peng M, Deeds D. (2015) Rising from the Ashes: Cognitive Determinants of Venture Growth after Entrepreneurial Failure
50. Wang, S., Hung, K., & Huang, W. J. (2019). Motivations for entrepreneurship in the tourism and hospitality sector: A social cognitive theory perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 78-88.