

EL PAPEL DE LA INSTUICIÓN EN EL PROCESO DE EMPRENDIMIENTO: INTUICIÓN Y EMPRENDIMIENTO

Andrea Miroslava Velázquez

Ana M^a Nieto Carracedo

Abstract: Intuition is a fast, unconscious and automatic cognitive processing system that is based on the holistic association of elements present in the environment and that can sometimes result in judgments with emotional charge. The conditions in which this system is often used are similar to those in entrepreneurship, which leads to believe there could be a relation between them. In this paper we intend to analyze the role of intuition on entrepreneurial activities, by identifying the specific stages where it is involved or might be useful. We performed a bibliographic review of 33 articles obtained from the BUSINESS SOURCE, PsychINFO databases and their bibliography. Our study revealed that, under a focus of dual processing theories, the intuitive cognitive style is part of the process of entrepreneurship; mainly in the area of decision making in situations of uncertainty, lack of information and lack of time. Likewise, it was found that it can influence expectations of self-efficacy in terms of identifying opportunities and influence organizational performance.

Keywords: Component. Intuition. Entrepreneurship. Dual process theories. Cognitive styles.

Introduction

Muchos emprendedores a menudo hacen referencia a la intuición como la base de muchas de las acciones y decisiones llevadas a cabo en la creación de sus proyectos [1-4]. Sin embargo, su papel no está del todo claro, incluso su concepto puede resultar algo místico. Históricamente la intuición ha tendido hacia un matiz acientífico, difuso, carente de entidad científica, y cuyo empleo era responsable de errores cognitivos y una cognición de segunda calidad. Sin embargo, un marco actual de la cognición como son el de las Teorías del Procesamiento Dual [5-7], están permitiendo que dicho concepto adquiriera un protagonismo importante. Estas teorías sugieren el uso de dos tipos de sistemas de procesamiento en nuestro funcionamiento cognitivo habitual.

Por un lado, el sistema intuitivo, experiencial [5], o Sistema 1, en términos de Kahneman [6], hace referencia a un procesamiento automático, sin cargas cognitivas y sin esfuerzo, donde los individuos aprenden de la experiencia y obtienen percepciones de conocimiento sin ser conscientes de ello. Por otra parte, el segundo sistema sería el analítico o

Sistema 2 que permite a las personas conocer la información de una manera deliberada, desarrollar ideas y llevar a cabo análisis con un enfoque atencional.

A pesar de tratarse de dos sistemas diferentes, estas teorías asumen que todas las personas procesan la información mediante ambos sistemas. El predominio de un sistema u otro parece depender de las características de la situación, la disponibilidad de tiempo, la novedad, etc.

Por su parte, el término de emprendimiento hace referencia a un proceso que involucra la identificación de oportunidades, toma de riesgos, detección de necesidades y su satisfacción a través de la innovación sin importar los recursos disponibles en el momento. Podríamos considerar que es un proceso que, por lo general, se asocia con la creación de nuevos negocios y que dentro de sus características más distintivas se encuentran: 1) la capacidad para identificar oportunidades y 2) la toma de riesgos. Parece componerse de diferentes etapas [8]: 1) la búsqueda de oportunidades, 2) la planificación del nuevo negocio, 3) la organización de los recursos disponibles y necesarios, y 4) finalmente la implementación del proyecto. Cada una de estas etapas se compone de características específicas en las que están implicadas diferentes habilidades y procesos cognitivos. Uno de estos procesos es la intuición. A pesar de que hay investigaciones que apuntan a la intuición como un factor importante, su papel no está del todo claro, y más aún, tienden a enfocarse a diferentes aspectos del emprendimiento. En este trabajo vamos a tratar de realizar una revisión teórica para analizar la influencia de la intuición en el emprendimiento e identificar las áreas en las que el uso de la intuición puede resultar conveniente.

El objetivo principal ha sido esclarecer el papel de la intuición en el proceso de emprendimiento a través del análisis de las investigaciones publicadas durante los últimos años. De manera más específicamente, estudiar el impacto de la intuición en las diferentes etapas que involucran el proceso, identificando las áreas principales de actuación.

1 Metodología

1.1 Materiales

Las unidades de análisis que se utilizaron para elaborar este trabajo de revisión, fueron 33 artículos de investigación publicados a partir del año 2000.

1.2 Procedimiento

A través de las bases de datos PsychINFO y Business Source se recopilaron artículos de investigación utilizando descriptores como “intuition” (intuición), “intuition and entrepreneurship” (intuición y emprendimiento), “entrepreneurial intuition” (intuición empresarial) y “cognitive styles in entrepreneurs” (estilos cognitivos en emprendedores). Como criterio de exclusión, solo se revisaron artículos publicados a partir del año 2000, considerando casos excepcionales para artículos relevantes en el tema.

1.3 Análisis de la información

El material bibliográfico recolectado fue organizado en diferentes apartados según el tema central del que trataban. Las categorías en las que se dividió el material fueron: artículos que abordaban la intuición emprendedora de manera general, artículos que se enfocaban a la toma de decisiones, artículos que hablaban sobre la identificación de oportunidades y artículos referidos al desempeño u otros factores.

2 Resultados

Durante el análisis y síntesis de estos trabajos sobre la influencia de la intuición en el emprendimiento hemos encontrado dos tipos de información al respecto: Una que analiza las relaciones entre la intuición y el emprendimiento; y otra que estudian el impacto de la intuición en el proceso del emprendimiento. Aspecto que comentamos a continuación.

2.1 Posturas sobre la relación entre la intuición y el emprendimiento: Racionalistas vs. Integradoras.

Existen diferentes posturas en cuanto al grado de implicación de la intuición en estos procesos: Una postura racionalista/analista y una serie de posturas integradoras.

Con respecto a la postura racionalista, subestima el papel de la intuición en los procesos empresariales [9,10] y sugiere que puede existir una confusión respecto a las

atribuciones a la intuición cuando en realidad se puede deber a otro tipo de factores. Blume y Covin [11] proponen que factores tales como la aceptabilidad percibida del uso de la intuición en la toma de decisiones, el éxito previo en la creación de negocios, el grado de autoeficacia percibida, el sesgo de sobreconfianza, la tolerancia a la ambigüedad y el tipo de estilo cognitivo de la persona, podrían estar causando atribuciones erróneas respecto al papel de la intuición en su toma de decisiones. Sin embargo, sugieren otro tipo de características tales como el grado de experiencia previa en emprendimiento, la cantidad de conocimientos sobre el tema, las habilidades meta-cognitivas y el uso de la inteligencia emocional, como elementos que podrían favorecer un uso adecuado y más realista de la intuición.

La postura integradora, mayoritariamente mantenida dentro de la temática, considera necesarios ambos procesos, el intuitivo y el analítico. Predomina una visión orientada desde las teorías de procesamiento dual, considerándolos como dos sistemas diferentes, en el sentido de que el hecho de que se opte por un estilo intuitivo no implica que se deje de ser analítico. Y así mismo, defienden la importancia de los dos tipos de procesamiento según las características específicas de la situación que se presente.

2.2 Influencia de la intuición en las fases del emprendimiento.

Con respecto al otro gran bloque de información, hemos de decir que la mayoría de las investigaciones han sido enfocadas al ámbito de la toma de decisiones, y en menor medida en la identificación de oportunidades y el desempeño de las organizaciones.

3 La intuición en la identificación de oportunidades

Algunos trabajos han encontrado una relación positiva de la intuición sobre la identificación de oportunidades. Sin embargo, las relaciones no son simples ni directas. Por ejemplo, Allinson y colaboradores [1], encontraron que el estilo cognitivo intuitivo puede resultar útil en el reconocimiento de oportunidades de negocios lucrativos, así como en el momento de valorar qué oportunidades seguir o ignorar. Si bien, otros autores han señalado la participación de otras variables, como la preferencia por toma de riesgos, las expectativas de autoeficacia o la seguridad personal. Otros trabajos [12] concluyen que los individuos con preferencia por un estilo cognitivo intuitivo (junto con una alta preferencia a tomar riesgos)

demonstraron expectativas altas en cuanto a la identificación de oportunidades. Sin embargo, también tendían a presentar expectativas bajas de autoeficacia en relación con el establecimiento de relaciones con los futuros inversores. En la misma línea, Kickul et al. [13] concluye que los individuos con preferencias por un estilo cognitivo intuitivo se sienten más seguros en la identificación y reconocimiento de oportunidades, pero menos en otras como en su capacidad de evaluación, planeación y organización de recursos; al contrario de los individuos con tendencias hacia un uso de estilo cognitivo analítico.

Como se puede observar, los resultados apuntan hacia una posible relación entre la intuición y la identificación de oportunidades, sin embargo, otros factores cognitivos parecen entrar en juego muy especialmente la autoeficacia. Así es posible que las personas con alta autoeficacia y un estilo cognitivo intuitivo pueden verse favorecidas en la identificación y reconocimiento de oportunidades. No obstante, hemos de tener en cuenta que la percepción de oportunidades es uno de los primeros momentos del proceso de emprendimiento que va seguido de otras fases, en las cuales será necesaria la activación y presencia de otros factores cognitivos, como las expectativas de autoeficacia y la seguridad para consumir todo el proceso.

4 La intuición en la toma de decisiones

Diversos autores coinciden en que, para realizar una toma de decisiones óptima, deben involucrarse ambos sistemas, el intuitivo y el racional [14-16]. Respecto a esto, La Pira [1] sostiene que a pesar de que existe una mayor propensión a optar por una toma de decisiones intuitiva, los emprendedores son conscientes de que una aproximación racional no debe ser ignorada en cuanto a que puede ayudar a minimizar los riesgos.

Sin embargo, existen situaciones en las que el utilizar un estilo intuitivo podría ser más favorecedor. Por ejemplo, McMullen & Shepherd [17] encontraron que los ejecutivos que adoptaban un estilo intuitivo en la toma de decisiones eran más efectivos que los que optaban por un estilo analítico racional, sobre todo cuando estas decisiones tienden a desenvolverse en ambientes inciertos o donde no existe suficiente información disponible.

Apoyando a este último aspecto, algunos estudios sugieren que cuando existe una presión respecto al tiempo disponible para realizar una toma de decisiones, las personas tienden a utilizar procesos intuitivos [1, 18].

Por su parte, Eling et al. [15] han evaluado la interacción de ambos procesos, intuitivo y racional, y la manera en que se compenetran al momento de tomar una decisión respecto a la idea de un nuevo producto. En su estudio pretendían descubrir qué combinación de los sistemas de procesamiento influía más en cuanto a la calidad y la velocidad de la decisión, encontrando que únicamente cuando se iniciaba con un proceso intuitivo y se proseguía a analizar racionalmente los resultados obtenidos, derivaba en una mayor calidad y velocidad en las decisiones conjuntamente.

Considerando todas las aportaciones, resulta acertado decir que la intuición en la toma de decisiones es un factor importante, sobre todo en situaciones de incertidumbre y falta de tiempo. No obstante, debemos tener en cuenta que esto no implica que se pueda o se deba desestimar el papel del sistema analítico.

5 El desempeño organizacional

Finalmente, también se ha estudiado el impacto de la intuición en el desempeño organizacional. Por ejemplo, algunos trabajos [19] se han centrado en la diferenciación entre el desempeño económico y no económico. En su investigación, se encontró una relación positiva entre el estilo cognitivo y los dos tipos de desempeño, aunque la naturaleza de la relación sigue resultando ambiguo. Por otra parte, estos resultados también coinciden en parte con los de Kathri & Ng [16], quienes observaron que en un entorno con condiciones de inestabilidad, tales como la banca y mercados, un estilo cognitivo intuitivo estaba mayormente relacionado con el desempeño de la organización; no obstante, contrario a nuestro sentido común que podría pensar que un estilo analítico en cuanto al tema financiero podría resultar más acertado; un estilo cognitivo intuitivo, estaba más relacionado con el desempeño económico que el no-económico.

En resumen, podríamos decir que las investigaciones han observado una relación entre el uso de la intuición y el desempeño de una organización, pero la naturaleza de esta relación sigue resultando un poco ambigua.

Hasta ahora, han sido presentadas las aportaciones encontradas respecto a la intuición en los diferentes ámbitos del proceso de emprendimiento en base a las publicaciones consultadas en esta revisión bibliográfica, comprobando que existe una relación entre la intuición y los procesos de emprendimiento; particularmente en el área de identificación de

oportunidades, toma de decisiones y desempeño organizacional. Además, esta relación se ve regulada por las características específicas de la situación, así como la tendencia del estilo cognitivo de la persona.

Como conclusión, señalar que sería necesario realizar más investigación para esclarecer el complejo papel de la intuición en este proceso. Especialmente, trabajos que analicen la intuición a lo largo todo el proceso del emprendimiento, y poder valorar su contribución relativa en cada una de las fases, puesto que la mayoría de los trabajos hacen un análisis parcial únicamente de una de las ellas, como puede ser la toma de decisiones, o la percepción de oportunidades. Aisladamente, resulta difícil poder hacer una valoración real de su influencia. No obstante, los trabajos revisados representan un acercamiento significativo a la temática y permiten que vayamos trazando un pequeño boceto de cómo la intuición puede contribuir en el emprendimiento.

Referencias

- [1] LA PIRA, F. Entrepreneurial intuition, an empirical approach. **Journal of Management & Marketing Research**, v. 6, p. 1-22, 2011.
- [2] MITCHELL, J.; FRIGA, P.; MITCHELL, R. Untangling the intuition mess: intuition as a construct in entrepreneurship research. **Entrepreneurship Theory And Practice**, v. 29, n. 6, p. 653-679, 2005. Disponible em: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00102.x>>.
- [3] KAKKONEN, M. Intuition of family entrepreneurs: an exploratory study of perceptions and experiences. **Journal of Enterprising Culture**, v. 13, n. 1, p. 47-67, 2005. Disponible em: <<http://dx.doi.org/10.1142/s0218495805000057>>.
- [4] ALLINSON, C.; CHELL, E.; HAYES, J. Intuition and entrepreneurial behaviour. **European Journal Of Work And Organizational Psychology**, v. 9, n. 1, p. 31-43, 2000. Disponible em: <<http://dx.doi.org/10.1080/135943200398049>>.
- [5] EPSTEIN, S. Demystifying intuition: what it is, what it does, and how it does it. **Psychological Inquiry**, v. 21, n. 4, p. 295-312, 2010. Disponible em: <<http://dx.doi.org/10.1080/1047840x.2010.523875>>.
- [6] KAHNEMAN, D. **Pensar rápido, pensar despacio**. Trads.: Joaquín Chamorro Mielke. Madrid: Debate, 2012.

- [7] EVANS, J. ST. B. T. Spot the differences: distinguishing between two kinds of processing. **Mind & Society**, v. 11, n. 1, p. 121-132, 2012. Disponível em: <<https://doi.org/10.1007/s11299-012-0104-2>>.
- [8] TIMMONS, J. A.; SPINELLI, S. **New venture creation**: entrepreneurship for the 21st Century. New York: McGraw-Hill/Irwin, 2009.
- [9] BONABEAU, E. Don't trust your gut. **Harvard Business Review**, v. 81, n. 5, p. 116-123, 2003.
- [10] CROSS, R.; BRODT, S. How assumptions of consensus undermine decision making. **Sloan Management Review**, v. 42, n. 2, p. 86-94, 2001.
- [11] BLUME, B.; COVIN, J. Attributions to intuition in the venture founding process: do entrepreneurs actually use intuition or just say that they do?. **Journal Of Business Venturing**, v. 26, n. 1, p. 137-151, 2011. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.04.002>>.
- [12] BARBOSA, S. The role of cognitive style and risk preference on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intentions. **Journal Of Leadership & Organizational Studies**, v. 13, n. 4, p. 86-104, 2007. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1177/10717919070130041001>>.
- [13] KICKUL, J. et al. Intuition versus analysis? Testing differential models of cognitive style on entrepreneurial self-efficacy and the new venture creation process. **Entrepreneurship Theory And Practice**, v. 33, n. 2, p. 439-453, 2009. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00298.x>>.
- [14] CALABRETTA, G.; GEMSER, G.; WIJNBERG, N. The interplay between Intuition and rationality in strategic decision making: a paradox perspective. **Organization Studies**, v. 38, n. 3-4, p. 365-401, 2016.
- [15] ELING, K.; LANGERAK, F.; GRIFFIN, A. The performance effects of combining rationality and intuition in making early new product idea evaluation decisions. **Creativity And Innovation Management**, v. 24, n. 3, p. 464-477, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1111/caim.12128>>.
- [16] KHATRI, N.; NG, H. The role of intuition in strategic decision making. **Human Relations**, v. 53, n. 1, p. 57-86, 2000. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1177/0018726700531004>>.
- [17] MCMULLEN, J.; SHEPHERD, D. Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. **Academy of Management Review**, v. 31, n. 1, p. 132-152, 2006. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5465/amr.2006.19379628>>

- [18] HUANG, L.; PEARCE, J. Managing the unknowable. **Administrative Science Quarterly**, v. 60, n. 4, p. 634-670, 2015. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1177/0001839215597270>>.
- [19] SADLER-SMITH, E. Cognitive style and the management of small and medium-sized enterprises. **Organization Studies**, v. 25, n. 2, p. 155-181, 2004. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1177/0170840604036914>>.