



Efecto de la neuroeconomía en la toma de decisiones en las medianas empresas de Santo

Domingo

Impact of neuroeconomics on decision making in medium-sized companies in Santo Domingo

¹Kleber Santos Guerra Herrera*

kguerrah@uteq.edu.ec

³José Armando Estrada Hernández *

estradaja1962@gmail.com

²Magali Gioconda Calero Lara*

mcalero@uteq.edu.ec

⁴Juan Pablo Samaniego Valle*

jsamaniegov@uteq.edu.ec

*Universidad Técnica Estatal de Quevedo. Ecuador

Recibido: 10/07/2024-Aceptado: 01/09/2024

Correspondencia: kguerrah@uteq.edu.ec

RESUMEN

La investigación acerca de la neuroeconomía y su incidencia en las medianas empresas de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados tiene como objetivo determinar cuál es la interacción que tiene la neuroeconomía con todas sus implicaciones en las decisiones que toman las medianas empresas por medio de sus directores y si estos muestran algún sesgo cognitivo en sus decisiones, la importancia de esta investigación radica en determinar si la dirección que toman estas entidades viene basada en un apego a la racionalidad o se guían más por la emocionalidad; se realizó en base a una metodología no experimental, descriptiva, bibliográfica y el uso de técnicas como encuestas y entrevistas. Dentro de los resultados se puede palpar el cómo son tomadas las decisiones de las empresas en la localidad, el cómo las emociones, sentimientos y otros arraigos que guían a los agentes económicos a tomar decisiones, identificando la influencia de la teoría de la razón o emoción en la búsqueda de maximizar los beneficios, además se identifica si las decisiones que marcan su conducta son asumidas de forma consciente o inconsciente.

Palabras clave: Neuroeconomía, empresa, incidencia, toma de decisiones

ABSTRACT

The research about neuroeconomics and its incidence in medium-sized companies in the city of Santo Domingo of the Colorados aims to determine the interaction that neuroeconomics has with all its implications in the decisions made by medium-sized companies through their directors and if they show any cognitive bias in their decisions, the importance of this research lies in determining if the direction these entities take is based on an attachment to rationality or they are guided more by emotionality; it was carried out based on a methodology non-experimental, descriptive, bibliographic and the use of techniques such as surveys and interviews. Within the results it is possible to feel how the decisions of the companies in the locality are made, how emotions, feelings, and other roots guide economic agents to make decisions, identifying the influence of the theory of reason or emotion in the search to maximize the benefits, it is also identified if the decisions that mark their behavior are assumed consciously or unconsciously.

Keywords: Neuroeconomics, business, incidence, decision making

Cómo citar:

Guerra Herrera, K. S., Calero Lara, M. G., Estrada Hernández, J. A., & Samaniego Valle, J. P. (2024). Efecto de la neuroeconomía en la toma de decisiones en las medianas empresas de Santo Domingo. *GADE: Revista Científica*, 4(4), 1-21. Recuperado a partir de <https://revista.redgade.com/index.php/Gade/article/view/483>



INTRODUCCIÓN

La neuroeconomía es una reciente disciplina que estudia lo que sucede en el cerebro humano durante la toma de decisiones, la relación entre las emociones y la conducta de los agentes económicos. Como su nombre lo indica, surge de la conjunción entre neurociencias y la economía (Arias, 2016). La neuroeconomía en las medianas empresas de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados, es un campo interdisciplinario que trata la relación de las neurociencias y la toma de decisiones efectivas en dichas organizaciones dedicadas a distintas actividades ante la necesidad de ser competitivas.

Según Braidot (2014), la neuroeconomía “es una disciplina científica que crea un puente entre la investigación neurocientífica y la teoría económica” (p. 11), lo que se busca es crear una comprensión que relacione al juicio neuronal y la toma de decisiones que establecen el comportamiento de la sociedad y el sector económico que la rodea. Dicha comprensión se ejecuta mediante el análisis de la racionalidad o no racionalidad de la toma de decisiones que puede ser inducidas por arraigos emocionales, intuitivos, apáticos, culturales,

entre otros, determinando de esta forma lo que motiva la conducta de los individuos.

La realidad es que el comprender como trabaja la mente humana es fundamental y no solo en el campo económico sino también en otros campos como el médico científico o psicológico, puesto que está basado en la comprensión que cada uno de los campos que pueden apearse a lo comprendido para generar teorías que indiquen cual es la forma en que el individuo toma decisiones y las variables que lo inducen a tomar las mismas (Sánchez y otros, 2020).

Pese a que presenta un grado de dificultad, la verdad que los individuos pueden ser inducidos a actuar de cierta forma, un claro ejemplo de ciencias que usan esto es el marketing que basado en las neurociencias ha desarrollado ramas más específicas que permitan un mejor desarrollo del mercadeo. La neuroeconomía y el neuromarketing muestran en común que su base en las neurociencias les ha permitido dilapidar que pasa con los individuos al momento de gestar su compra y cuáles son los factores que lo conllevan a su accionar (Sánchez, et al, 2020).

La neuroeconomía puede ser relacionada con la teoría de la elección



racional (TER), que según (Abitbol, 2006) citado en (Sánchez et al., 2020), la TER avala la creencia de que los fenómenos sociales vienen generados por la interacción de los individuos que la conforman de forma individual y que las decisiones conforman los mecanismos que afectan a la sociedad, agregando que dichas decisiones se incentivan por las intenciones y las razones del ser.

La intención conformada por los deseos y creencias se origina en la razón, pero se debe recalcar que dentro de la relación razón-acción la decisión toma un papel fundamental. Una crítica que se da sobre esta relación que contempla a la razón como el incentivo a una decisión es que el individuo no siempre actúa de forma racional al tomar sus decisiones y más bien se deja guiar por la parte de los deseos y la creencia (Sánchez, et al., 2020, p. 68).

Es entonces el apartado de la racionalidad uno de los factores más discutidos en cuanto a la decisión de los individuos, pues no todos los individuos deciden o se comportan de forma racional y en realidad se ven afectados por los sesgos cognitivos, (Andino, 2020). Basados en esto, el comprender cuál es la forma en que los individuos deciden es de vital importancia

para poder incidir en su comportamiento, pues dicho comportamiento está demasiado influenciado por diversos factores como las emociones, aspectos religiosos, culturales que no les permite tomar las decisiones de forma racional. Según Sánchez et al. (2020), la neuroeconomía propone que “el cerebro funciona en base a diversas áreas que integran sus procesos mentales como: la memoria, la inteligencia, la creatividad, la emoción, el sentimiento y, el instinto” (p. 69).

La neuroeconomía permite recopilar información sobre las acciones de los individuos ya sean empresas o consumidores y, por tanto, de cómo viene enmarcado su comportamiento en el mercado, permitiendo definir estrategias que mejoren el crecimiento de empresas o el guiar a los consumidores a comprar o contratar mejores productos o servicios, en conclusión, esta comprensión vuelve más efectiva la estrategia en cuanto a aspectos comerciales se refiere.

La ciudad Santo Domingo de los Colorados cabecera del cantón Santo Domingo, pertenece a la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, y para el año 2020 registra un total de 885 PYMES registradas en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (Super Intendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2022). Es



notorio que esta ciudad es un lugar idóneo para el emprendimiento, pues a comparación del año 2017, en donde según (Rodríguez & Arauz, 2020) solo existían 285 PYMES registradas en la SUPERCIAS, con ello se demuestra la creación de gran número de organizaciones en el entorno urbano de la ciudad.

La ciudad favorece el desarrollo de nuevas PYMES, por lo que se plantea determinar si la neuroeconomía tiene efectos dentro de la toma de decisiones de dichas organizaciones locales, destacando el porqué de realizarse dentro de la forma racional o si un sesgo cognitivo motivo esta acción, cuya motivación ha llevado a elegir ciertas opciones requeridas para la dirección de dichas empresas y, la forma como afectan a su factor económico.

Con el desarrollo de estudios dentro del área de las neurociencias ha surgido un planteamiento, del cual la relación mente-cerebro en la toma de decisiones es prioritaria y, según Braidot (2014), ciencia que abarca un gran número de disciplinas en base a las cuales se trata de comprender el porqué de las decisiones y el comportamiento de las personas frente a las condiciones económicas. La neuroeconomía como tal nace en base a una fusión de las neurociencias

y la economía y, se postula como un área de estudio que trata de entender cuál es la actividad que tiene el cerebro al momento de tomar decisiones económicas, (Garay, 2020).

El estudio de la incidencia de la neuroeconomía en la toma de decisiones en las medianas empresas de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados es importante y necesaria, pues no existen trabajos que abarquen una relación con esta área y que permitan comprender cual es el planteamiento económico con el cual se explica el comportamiento de estas sociedades al momento de tomar decisiones e implementarlas en sus actividades, (Osorio, & Landinez, 2022).

El comprender el porqué de las decisiones o cuales son los rasgos que ciñen al comportamiento económico es fundamental para las personas que planteen comenzar un negocio pues les sirven de base para entender en que fundamentan sus decisiones, si es un planteamiento racional o se dejan guiar por un arraigo emocional o cultural y de esta forma podrían optar por lo que sea más conveniente en beneficio de dichas organizaciones, (Rodríguez, 2020).

Al analizar cuál ha sido la incidencia de la neuroeconomía en la toma de decisiones en las medianas empresas, se puede



comprender cual ha sido el beneficio para el desarrollo de las empresas en Santo Domingo de los Colorados y, si lo ha sido como se ha logrado esto, creando una base teórica para futuras organizaciones que se puedan establecer dentro de este territorio, buscando de esta forma aportar a la comprensión de las mejores decisiones por las que pueden optar las organizaciones para que con su crecimiento puedan aportar de forma directa al desarrollo económico local.

MÉTODOS Y MATERIALES

La investigación se basa en un enfoque mixto, es decir comprende una implementación tanto cualitativa como cuantitativa. El Cualitativo, se realiza mediante la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación (Hernández & Fernández, 2014). Cuantitativo se realiza mediante la recolección de datos para probar la hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar la teoría respectiva (Hernández & Fernández, 2014).

Además, por la forma de su recolección de datos se trata de una investigación transeccional, por la forma en la que se describen los hechos de forma cualitativa y

cuantitativa es un estudio descriptivo y por último al relacionar las variables para analizar la incidencia que existe es un tipo correlacional, (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, 2016).

Se aplicó como método el inductivo y deductivo, estos métodos de razonamiento consisten en partir de conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos (productos de la investigación), para llegar a conclusiones cuya aplicación sea de carácter general (Bernal, 2016).

Nos permitirá analizar la forma de tomar decisiones particulares en las medianas empresas hasta llegar a conclusiones generales, incluyendo leyes, principios o fundamentos en forma integral en tales organizaciones, por otro lado, el método deductivo consiste en partir de conclusiones generales para obtener explicaciones particulares (Bernal, 2016).

Partiremos del análisis de postulados y leyes aplicables a la toma de decisiones de las medianas empresas de manera general, hasta llegar a la aplicabilidad particular de tales organizaciones.

Además, se considera una investigación descriptiva aquella en que, se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio



(Salkind, 1998). La investigación descriptiva es uno de los tipos de procedimientos investigativos más utilizados, ya que permite seleccionar las características fundamentales de tipo neurocientífico del porque toman tales decisiones los líderes de las medianas empresas de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

Para la elaboración de este trabajo se lograron recabar 31 encuestas de la población objetivo de 53, esto debido a que la actual ola de inseguridad inhibe la voluntad de las empresas a compartir información interna que podría afectar a su integridad, (Garay, 2020). La técnica por utilizar es la encuesta, que estará conformada por un grupo de preguntas previamente estructuras, cuya finalidad es determinar cómo las neurociencias económicas inciden en la toma de decisiones de los administradores o responsables de la dirección de las medianas empresas de Santo Domingo.

RESULTADOS

Observando el resultado de la información acopiada dentro de la investigación se determina que un 54.8% de los administradores son mujeres y un 45.2% son hombres. Con estos resultados se asevera

que las mujeres lideran la dirección de medianas empresas en la ciudad de Santo Domingo de los Colorados (Gráfico 1).

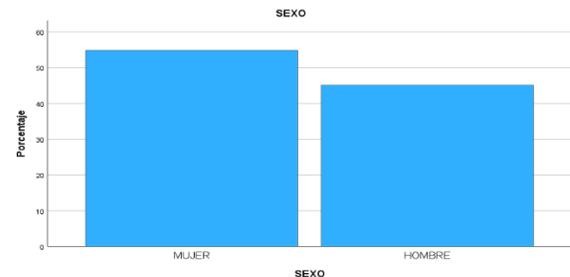


Gráfico 1. Sexo

Observando el rango de edad de los administradores se puede establecer que el 9.7% son personas de hasta 25 años, el 45.2% de 26 a 35 años, el 22.6% de 36 a 45 años y el 22.6% de 46 a 60 años. Basados en esto se analiza que la mayor cantidad de administradores de medianas empresas en la ciudad de Santo Domingo de los Colorados se encuentra en un rango de edad de entre 26 y 35 años (Gráfico 2).

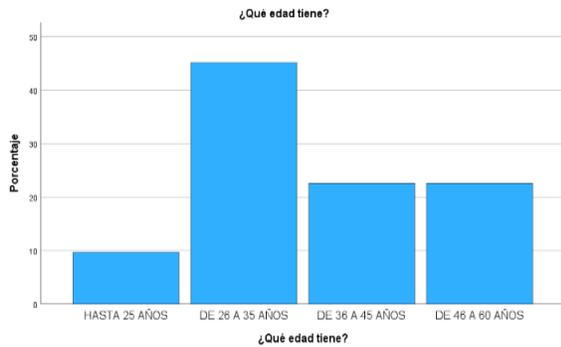


Gráfico 2. Edad

Al observar el nivel de estudios de la población objetivo de investigación determinamos que el 2.7% de los administradores tienen un nivel educativo primario, un 8.1% bachillerato, un 64.9% destaca a profesionales con título de pregrado y un 8.1% empresarios con formación de posgrado. Es decir, los profesionales de tercer nivel son los líderes que administran las medianas empresas de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados (Gráfico 3).

Gráfico 3. Nivel de estudios

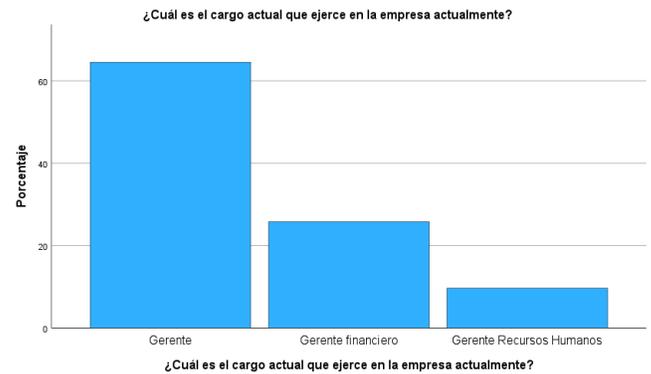
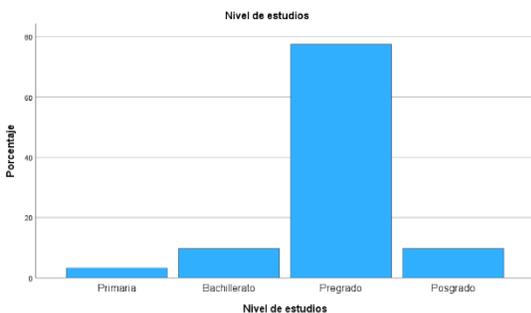


Gráfico 4. Cargo actual

Dentro de estos datos se puede observar que al momento de obtener la información dentro de las medianas empresas de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados la mayor cantidad de personas que podían otorgar la información acerca de la toma de decisiones dentro de la empresa fueron los gerentes generales con un 64.5%, seguidos de los gerentes financieros con un 25.8% y los gerentes de recursos humanos que representan a un 9.7%.

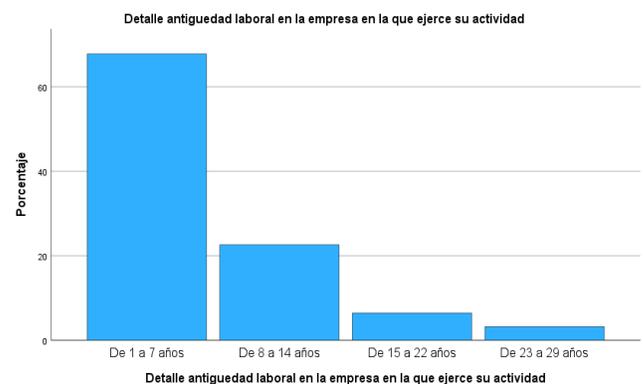


Gráfico 5. Antigüedad laboral



Mediante la observación del rango de años de servicio de la población objetivo se decreta que un 67.7% ha laborado de entre 1 a 7 años dentro de la entidad, un 22.6% de 8 a 14 años, un 6.5% de 15 a 22 años y un 3.2% de 23 a 29 años. Con lo que se puede expresar que las medianas empresas de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados buscan tener talentos nuevos que aporten al crecimiento de la entidad y esto se ve dentro del hecho se dé oportunidad de gerenciar a personas que no llevan un lapso tan extenso de trabajo en ellas.

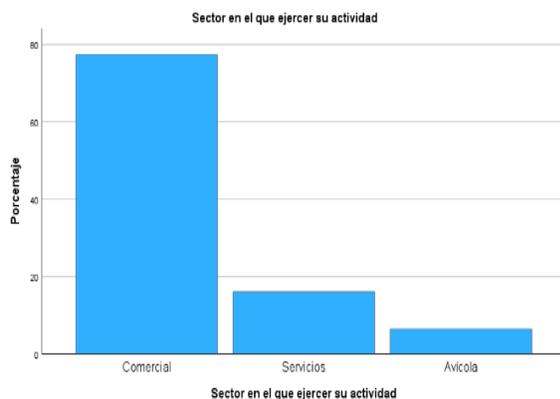


Gráfico 6. Sector de actividad

Mediante el procesamiento de los datos obtenidos en la muestra se puede establecer que un 77.4% de las entidades se dedican a actividades comerciales, un 16.1% a actividades del sector servicios y un 6.5% al sector avícola. Datos que establecen que la mayor cantidad de medianas empresas de

Santo Domingo de los Colorados se dedican a actividades del sector comercial.



Gráfico 7. Dificultad en la toma de decisiones

La información obtenida de la población objetivo determina que al momento de tomar decisiones un 16.1% de los gerentes a veces presentan dificultad en la toma de decisiones, un 32.3% rara vez presentan dificultad y un 51.6% no presentan ninguna dificultad. Esto demuestra que los responsables de la toma de decisiones en las medianas empresas de Santo Domingo de los Colorados mayormente no presentan ningún problema en su accionar al momento de tomar decisiones.



Gráfico 8. Disfruta de las actividades sociales



Los resultados del análisis de datos indican que un 67.7% de la población siempre disfruta con las actividades sociales, un 16.1% lo hace con frecuencia y un 16.1% rara vez disfruta de esto. Por lo tanto, se determina que los gerentes de las medianas empresas de Santo Domingo de los Colorados tienden a disfrutar de las actividades sociales en su mayoría.

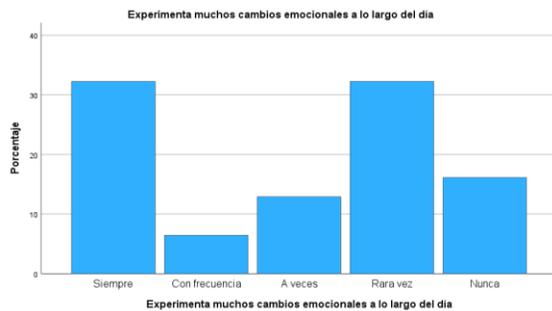


Gráfico 9. Cambios emocionales

Los resultados obtenidos de la población objetivo de investigación indican que el 32.3% siempre presenta cambios emocionales a lo largo del día, el 6.5% con frecuencia, el 12.9% a veces, el 32.3% rara vez y el 16.1% nunca. Tomando en cuenta los datos se puede decir que los administradores de las medianas empresas si suelen presentar cambios emocionales a lo largo del día, aunque no es algo tan constante para la gran mayoría.

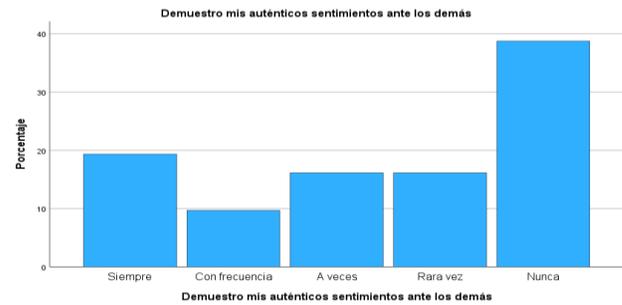


Gráfico 10. Demostración de sentimientos

La información recabada permite determinar que un 19.4% de la muestra siempre demuestra sus auténticos sentimientos ante los demás, un 9.7% lo hace con frecuencia, un 16.1% a veces, un 16.1% rara vez y un 38.7% no lo hace nunca. Esto quiere decir que los encargados de la toma de decisiones en las medianas empresas de Santo Domingo de los Colorados optan por mantener una posición fría y no demostrar sus auténticos sentimientos.

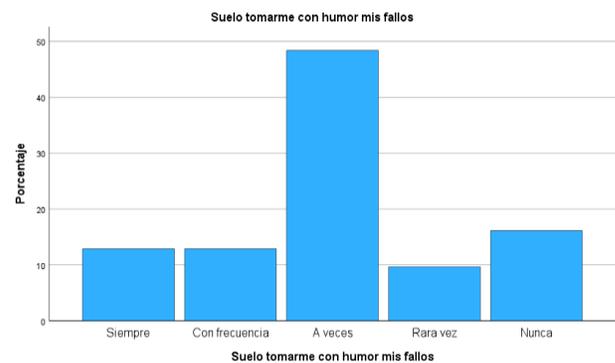


Gráfico 11. Suelo tomarme con humor mis fallos



Observando la reacción de la población objeto de estudio de la investigación ante los fallos personales se establece que un 12.9% siempre suele tomar con humor sus fallos, un 12.9% lo hace con frecuencia, un 48.4% a veces, un 9.7% rara vez y un 16.1% nunca. En resumen, los medianos empresarios de Santo Domingo de los Colorados tienden mayormente a tomarse sus fallos personales con humor solo a veces.



Gráfico 12. Duda de los sentimientos

En base a la información proporcionada por los individuos de la muestra se denota que un 12.9% de los empresarios siempre dudan de sus sentimientos, un 16.1% lo hacen con frecuencia, un 22.6% a veces, un 9.7% rara vez y un 38.7% nunca. En conclusión, los medianos empresarios de Santo Domingo de los Colorados en su mayoría no flanquean ante sus sentimientos al momento de tomar decisiones.

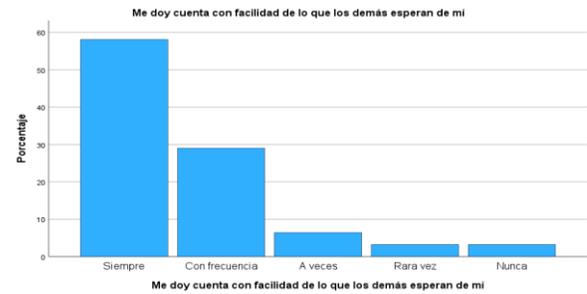


Gráfico 13. Percepción de lo que se espera en el trabajo

Dentro de los datos se aprecia que un 58.1% de los gerentes siempre se dan cuenta con facilidad de lo que se espera de ellos, un 29% con frecuencia, un 6.5% a veces, un 3.2% rara vez y un 3.2% nunca. En definitiva, los dirigentes de las medianas empresas muestran una gran tendencia al darse cuenta de lo que se espera de ellos en cuanto a lo laboral.

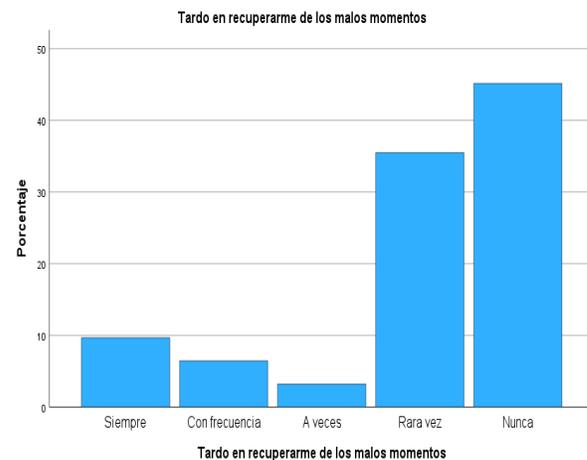


Gráfico 14. Respuesta ante los malos momentos



Los datos recabados explican que el 9.7% de la población objetivo siempre tarda en recuperarse de los malos momentos, el 6.5% con frecuencia lo hace, el 3.2% lo hace a veces, el 35.5% rara vez y el 45.2% nunca tarda en recuperarse. Finalmente siguiendo esta tendencia se puede expresar que dentro de las medianas empresas de la ciudad los encargados de su dirección no suelen verse afectados por los malos momentos para solucionarlos.

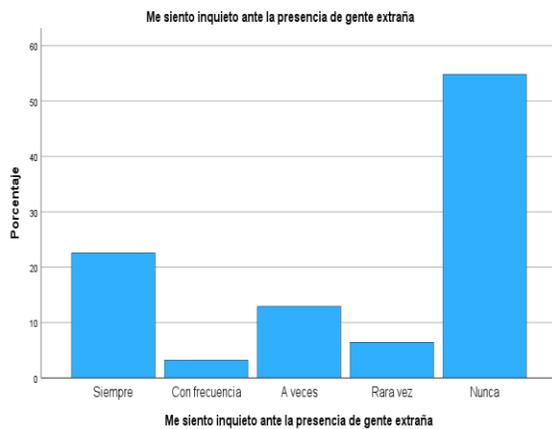


Gráfico 15. Inquietud ante los extraños

Al observar la respuesta se determina que un 22.6% de los individuos siempre se alteran por la presencia de gente extraña, un 3.2% con frecuencia, un 12.9% a veces, un 6.5% rara vez y un 54.8% nunca. En resumen, la mayoría de los gerentes de la mediana empresa no se ven afectados por la presencia de gente extraña.

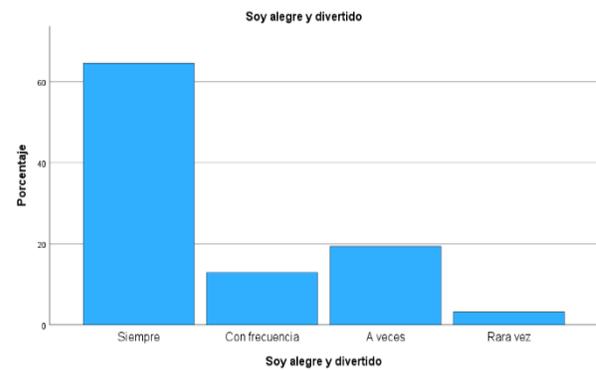


Gráfico 16. Carácter

Se conoce que de los datos muestrales un 64.5% de los individuos siempre son alegres y divertidos, un 12.9% con frecuencia, un 19.4% a veces y un 3.2% rara vez. En definitiva, los diversos gerentes de las medianas empresas de la ciudad muestran en su mayoría un carácter alegre.

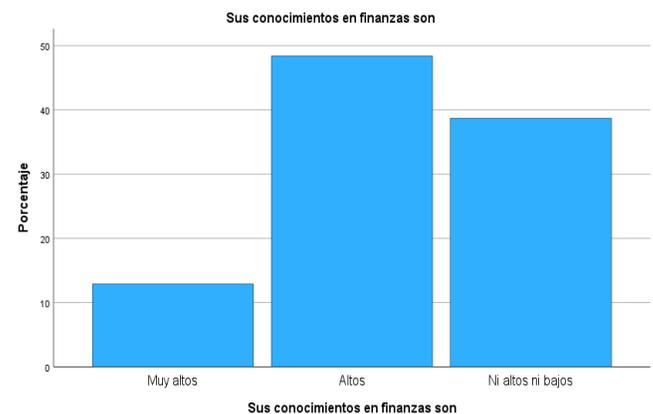


Gráfico 17. Conocimientos en finanzas

Se aprecia que el nivel de conocimientos de finanzas de los gerentes en las empresas está dividido en un 12.9% muy altos, 48.4% altos y 38.7% ni altos ni bajos. En conclusión, los conocimientos en el



campo de las finanzas de los dirigentes en las medianas empresas la ciudad de Santo Domingo de los Colorados se encuentra en un rango alto.

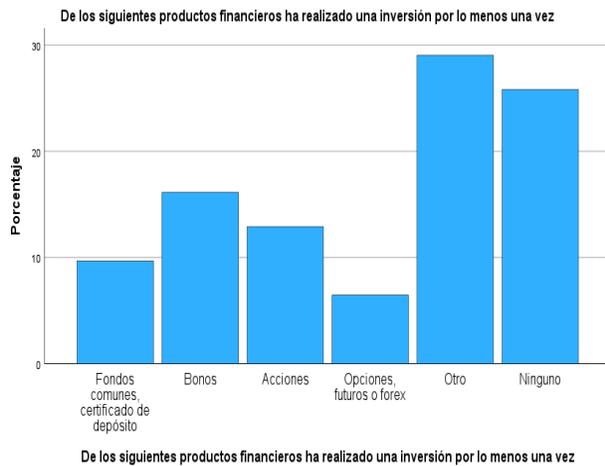


Gráfico 18. Experiencia en productos financieros

Dentro de los datos de experiencia en inversiones financieras se puede contemplar que un 9.7% han realizado inversiones en fondos comunes o certificados de depósitos, un 16.1% en bonos, un 12.9% en acciones, un 6.5% en opciones a futuro, un 29% en otros tipos de productos financieros y un 25.8% no invierten en productos financieros. Por ello se determina que la mayoría de los responsables o líderes de las medianas empresas realizan inversiones en productos financieros.

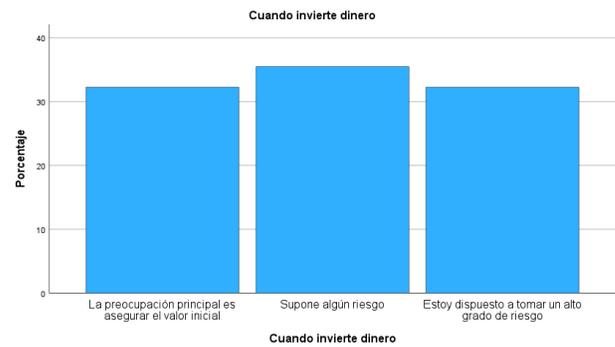


Gráfico 19. Preocupación al realizar inversiones

Es observable dentro de la información que al momento de invertir dinero un 32.3% se preocupa por asegurar el valor inicial de su inversión, el 35.5% está dispuesto a correr un bajo riesgo para obtener una rentabilidad y el 32.3% está dispuesto a tomar un alto grado de riesgo. En conclusión, no existe una gran variación de la diferencia porcentual pero el sesgo lo que establece que mayormente los encargados de las medianas empresas están dispuestos a correr un bajo riesgo con la finalidad de obtener un mayor ingreso.



Gráfico 20. Plazo de inversión



Dentro del plazo de inversión considerado por la población se puede observar que un 45.2% consideran un plazo de hasta 1 año, un 38.7% de 1 a 3 años y 16.1% un plazo mayor. En definitiva, el plazo que mayormente se considera como óptimo por parte de los empresarios es de hasta 1 año.

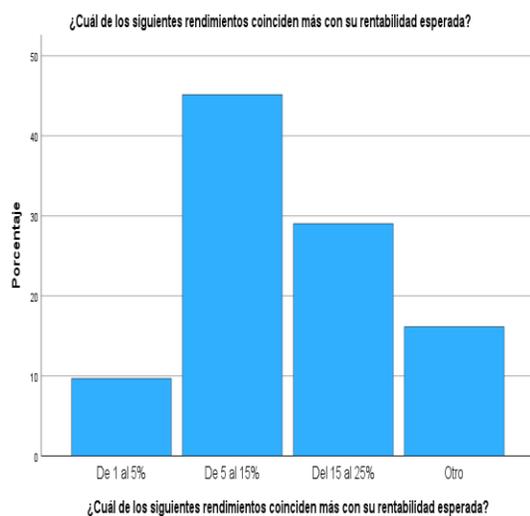


Gráfico 21. Rentabilidad esperada

Con base en las observaciones de la rentabilidad esperada por parte de las medianas empresas se determina que el 9.7% espera una rentabilidad del 1 al 5%, el 45.2% del 5 al 15%, el 29% del 15 al 25% y el 16.1% espera una rentabilidad mayor. En resumen, la mayor cantidad de medianas empresas en la ciudad de Santo domingo de los Colorados presentan una rentabilidad esperada entre el 5 y 15%.

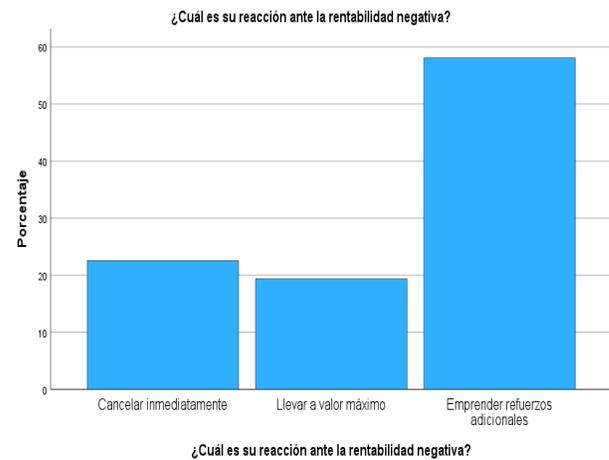


Gráfico 22. Reacción ante rentabilidad negativa

Es notable dentro de los datos que ante la rentabilidad negativa un 22.6% prefiere cancelar la inversión inmediatamente, un 19.4% opta lleva a valor máximo antes de pérdida, un 58.1% optarían por emprender esfuerzos adicionales para recuperar la inversión. En definitiva, la muestra indica que los medianos empresarios de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados prefieren emprender refuerzos adicionales.

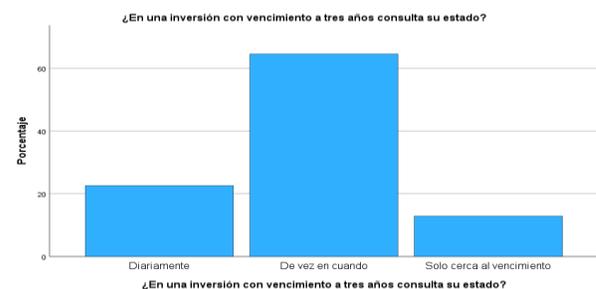


Gráfico 23. Periodo de consulta de estado en inversión



Basados en la respuesta de la muestra se puede determinar que ante una inversión con vencimiento a tres años un 22.6% la revisan diariamente, un 64.5% de vez en cuando y un 12.9% solo cerca al vencimiento. En resumen, los gerentes tienden a revisar sus inversiones solo periódicamente.

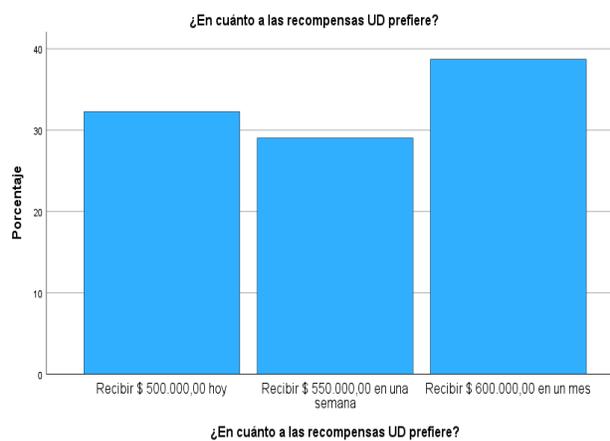


Gráfico 24. Preferencia en recompensas

Es observable que en un supuesto de sistema de recompensas los empresarios prefieren en un 32.3% recibir con seguridad \$500.000 hoy, un 29% \$550.000 en una semana y, un 38.7% \$600.000 en un mes. Es decir, los administradores de las medianas empresas mayormente están dispuestos a aumentar el lapso de tiempo en una inversión con el fin de obtener una mayor recompensa.

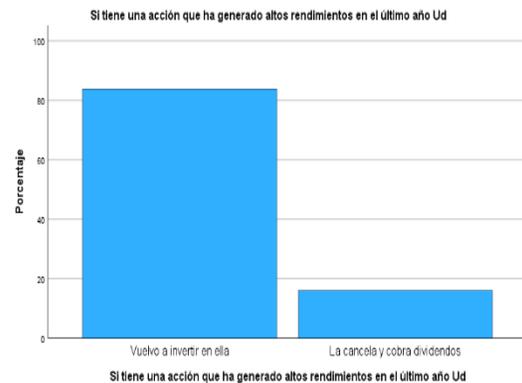


Gráfico 25. Preferencia ante rendimientos de acciones

Es palpable que ante una acción que ha generado altos rendimientos, los empresarios en un 83.9% optaran por reinvertir en ella y un 16.1% decidirán cancelarla y cobrar los dividendos, se puede decir que la gran mayoría buscaría generar mayor rentabilidad reinvertiendo en esta acción.

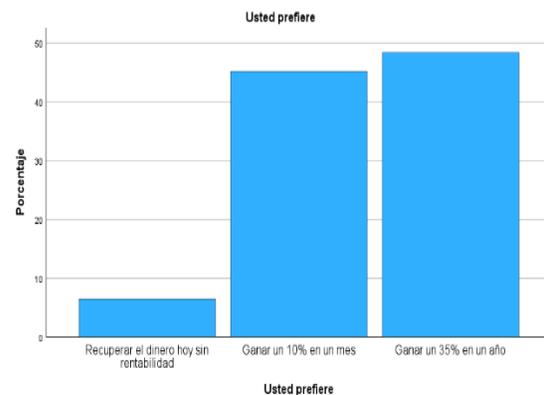
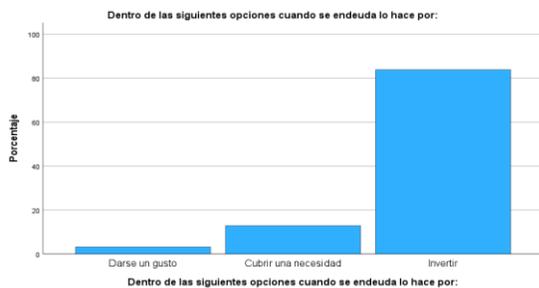


Gráfico 26. Preferencia en rentabilidad



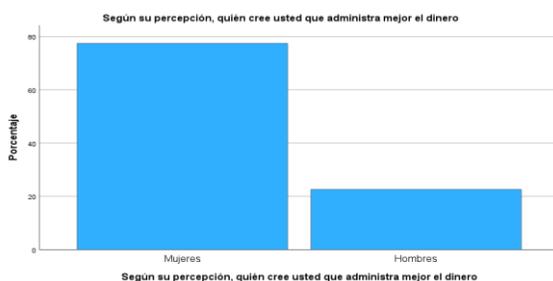
Se observa que en cuanto a una propuesta de rentabilidad el 6.5% prefiere mantener su dinero sin rentabilidad, un 45.2% opta por generar una rentabilidad del 10% en un mes y el 48.4% considera la opción de ganar un 35% en un año. Es decir que son más los empresarios que consideran que una mayor rentabilidad es más atractiva a pesar de que el tiempo para recuperar su inversión sea mayor.

Gráfico 27. Razón de endeudamiento



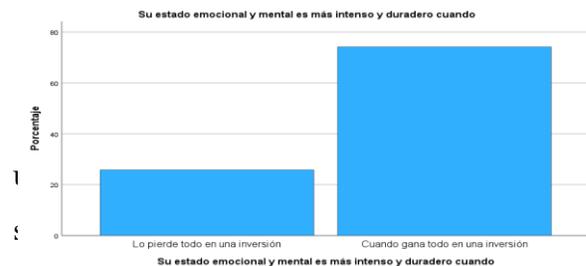
El resultado de la población objetivo indica que el 3.2% de los individuos aceptan endeudarse por darse un gusto, el 12.9% lo hace por cubrir una necesidad y el 83.9% para invertir. En definitiva, esto indica que la mayoría de los empresarios se endeudan con el fin de invertir dentro de sus negocios.

Gráfico 28. Quien administra mejor el dinero



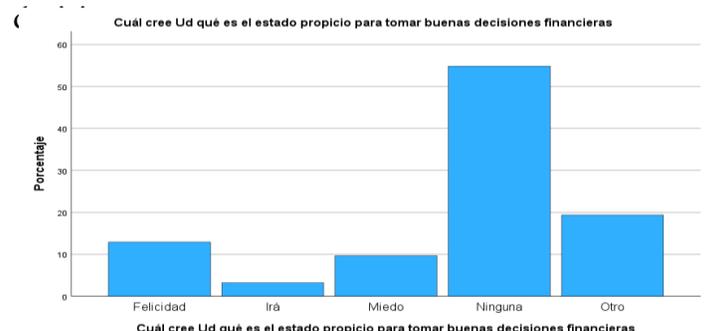
Se puede observar dentro de los datos que un 77.4% de los encuestados consideran que las mujeres administran mejor el dinero, mientras que un 22.6% considera a los hombres como una mejor opción para administrar el dinero. Información que determina que dentro de las medianas empresas de Santo Domingo de los Colorados los gerentes contemplan mayormente a las mujeres como la mejor opción al momento de realizar la administración de activo circulante.

Gráfico 29. Intensidad del estado emocional



mientras el 74.2% cree que la sensación de ganar todo dentro de una inversión es más duradera. Se puede decir que los gerentes de estas medianas empresas tienden a mantener más su estado emocional de euforia ante las ganancias alcanzadas.

Gráfico 30. Estado emocional en las





Los datos escrutados permiten observar que dentro de la población un 12.9% considera a la felicidad como el estado emocional propicio para la toma de decisiones financieras, un 3.2% a la ira, un 9.7% al miedo, un 54.8% considera que ningún estado emocional y un 19.4% considera a otros estados emocionales como la mejor opción. En conclusión, los gerentes de las medianas empresas de Santo Domingo de los Colorados consideran en su mayoría que para la toma de buenas decisiones financieras es necesario apartarse de los sentimientos y usar el raciocinio.

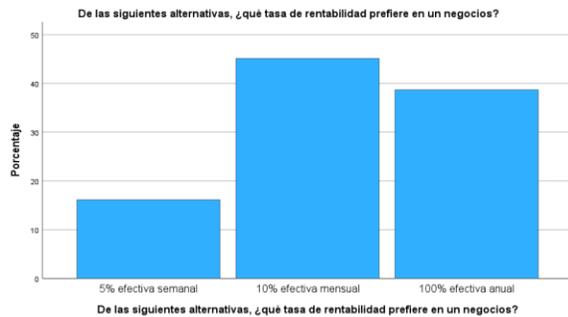


Gráfico 31. Preferencia en la tasa de rentabilidad

El acopio de datos permite determinar que el 16.1% de los individuos prefieren una tasa efectiva semanal del 5%, el 45.2% una tasa efectiva del 10% y el 38.7% una tasa efectiva anual del 100%. En resumen, la mayor cantidad de gerentes de las medianas empresas de la muestra prefieren una tasa efectiva semanal del 10%.

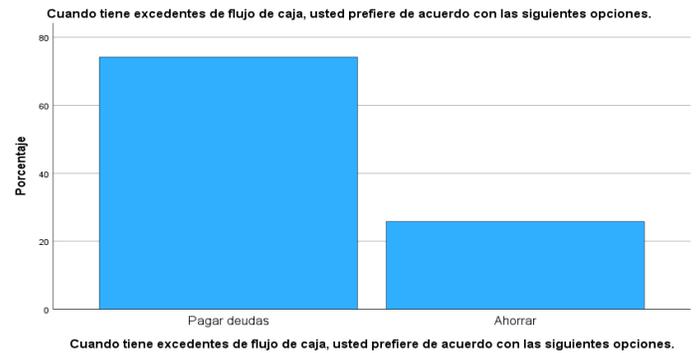


Gráfico 32. Uso del excedente de flujo de caja

Los datos escrutados de la muestra indican que un 74.2% de los individuos prefieren pagar deudas con el excedente de flujo de caja, frente a un 25.8% que prefiere ahorrar los excedentes de caja. En definitiva, se puede decir que existe un mayor sesgo de empresas que prefieren pagar deudas con el excedente.

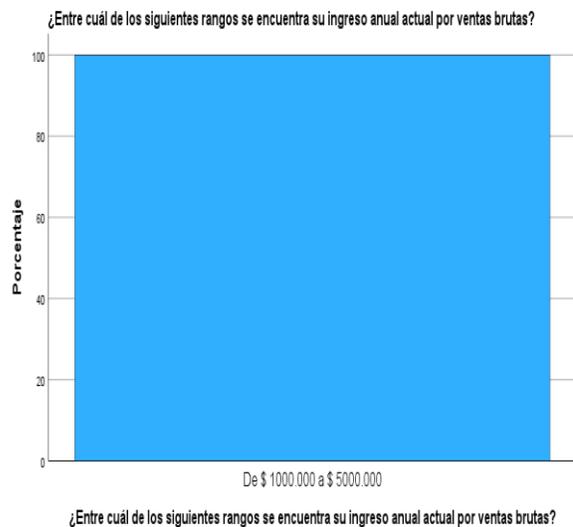


Gráfico 33. Ingreso anual de ventas brutas



Dentro de este análisis es palpable que el 100% de la población encuestada muestra un ingreso de \$1000.000 a \$5000.000, pues el universo lo constituyen las medianas empresas y este es el parámetro de selección.

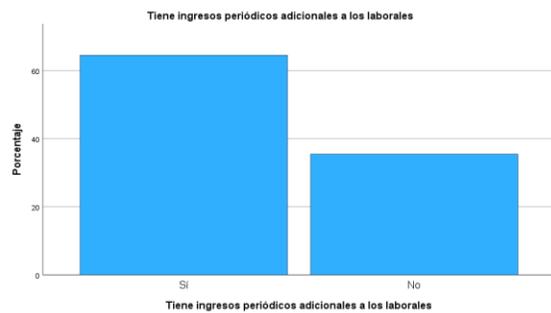


Gráfico 34. Ingresos adicionales

Los resultados nos permiten observar que un 64.5% de la población objetivo del estudio tiene ingresos periódicos adicionales a los que resultan de su labor dentro de la empresa, mientras que un 35.5% únicamente generan ingresos por medio de su trabajo en la entidad.

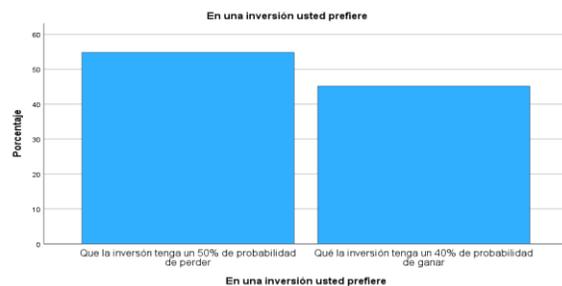


Gráfico 35. En una inversión usted prefiere

Se puede observar que dentro de una inversión el 54.8% de la población prefiere que esta tenga un 50% de probabilidad de perder y, un 45.2% que tenga un 40% de probabilidad de ganar.



Gráfico 36. Rentabilidad ante panorama económico optimista

Mediante estos datos se logra determinar que ante un panorama económico del país más optimista la rentabilidad esperada por las medianas empresas de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados sería de 1 a 5% para un 3.2% de la población, de 5 a 15% para un 16.1% de la población, de 15 a 25% para el 41.9% de la población y mayor para un 38.7%.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Citando a Arias D. (2016), la neuroeconomía como disciplina estudia lo que sucede en el cerebro humano durante la toma de decisiones, y la relación entre las emociones y la conducta de los agentes económicos. Surge del enlace entre



neurociencias y economía (2016). Teniendo en cuenta esta definición dentro de la tabla 9 (experimenta muchos cambios emocionales a lo largo del día) se puede apreciar que los cambios emocionales son un hecho que afecta a casi todos los individuos en su día a día de trabajo, pero los resultados de la tabla 10 (demuestro mis auténticos sentimientos ante los demás) nos muestran como estos empresarios buscan mantener bajo control dichos cambios emocionales para que no afecten sus decisiones y sus acciones.

Dentro del estudio realizado es palpable como tal cual dice el autor Braidot, quien habla de la existencia de arraigos emocionales, intuitivos, apáticos, culturales y otros; los empresarios demuestran dichos arraigos, un claro ejemplo son los resultados de la tabla 22 (¿cuál es su reacción ante la rentabilidad negativa?) donde la mayoría de los empresarios determinan que ante una rentabilidad negativa emprenden refuerzos adicionales esto con el fin de recuperar lo que ya han invertido, una medida que se podría decir está basada en la emoción del miedo a perder lo que se tenía. Otro claro ejemplo de esta base teórica se denota en la tabla 24 (¿en cuánto a las recompensas UD prefiere?) donde en un supuesto de recompensa la mayoría de los encuestados mostraron estar

más interesados en la mayor recompensa posible, aunque signifique mayor riesgo, tal vez por una emoción codiciosa. Dentro de la tabla 25 (si tiene una acción que ha generado altos rendimientos en el último año usted) se puede observar un arraigo intuitivo basado en el hecho de que una acción demostró un alto rendimiento en el pasado por lo cual los empresarios claramente optaran por volver a invertir en ella.

Como muestra final para corroborar esta teoría la tabla 30 (cuál cree usted qué es el estado propicio para tomar buenas decisiones financieras) permite observar que el 54.8% de la población objetivo busca tomar decisiones financieras de forma racional sin basarse en ninguna emoción, pero no obstante también hay un 45.2% de la población que considera algún estado emocional como propicio para tomar buenas decisiones. En resumen, se puede decir que la neuroeconomía está presente en las medianas empresas de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados, esto analizándolo desde el punto de relación entre las emociones y la conducta que toman estos agentes económicos.

CONCLUSIONES.

Considerando la incidencia de la neuroeconomía en las medianas empresas y



su relación con el crecimiento financiero de estas, se determinó como población objetivo a las medianas empresas de la ciudad, las cuales como se observa en la tabla 33 (¿entre cuál de los siguientes rangos se encuentra su ingreso anual actual por ventas brutas?) cuentan con el mayor rango de ingresos que puede tener las medianas empresas. La finalidad de este seccionamiento fue crear un precedente entre las medianas empresas más exitosas que sirvan como sustento para el crecimiento de empresas de menor tamaño.

Para poder sentar las bases de dicho precedente nos basamos en las tablas de respuesta 12 (dudo de mis sentimientos) y 27 (dentro de las siguientes opciones cuando se endeuda lo hace por), donde en la primera se puede observar que los gerentes de estas exitosas entidades coinciden en que la duda que promueven los sentimientos no debe afectarlos al momento de tomar decisiones pues deben racionalizar sus acciones y es este hecho el que les ha permitido tomar buenas decisiones financieras como se observa en la tabla 27 donde proponen que la deuda debe ser usada para invertir más, no para darse gustos o cubrir necesidades.

La neuroeconomía como herramienta en la toma de decisiones gerenciales es fundamental pues el conocimiento de esta

diciplina permite comprender de una mejor forma no solo a los consumidores sino también a la competencia basándose en que es lo que los conlleva a tomar sus decisiones, más dentro de la gerencia de las empresas no se muestra una incidencia directa de esta diciplina como tal, solo es posible apreciarla desde la perspectiva en que los gerentes tal como dice en las tablas 12 y 30 están conscientes de que no deben dejarse guiar por las emociones y sentimientos, esto para tomar las decisiones más óptimas. Esto permite entender que el juicio neuronal y la toma de decisiones que establecen su comportamiento, llevando a una comprensión de que se busca racionalizar las decisiones para mejorar la guía de las medianas empresas de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados.

Al evaluar la incidencia de la neuroeconomía en las medianas empresas de la ciudad de Santo Domingo de los Colorados, se concluye que las medianas empresas no aplican técnicas de neuroeconomía gerencial en la toma de decisiones. No se puede determinar un grado de incidencia de la neuroeconomía como diciplina en la toma de decisiones de las medianas empresas de la ciudad, más si se determina que existe conocimiento básico



acerca de cómo las emociones pueden afectar el buen manejo financiero.

Se concluye que el crecimiento de las empresas está ligado a la racionalidad de los gerentes al momento de tomar las decisiones. Es notorio que tal como se determina en los postulados de la neuroeconomía los agentes económicos están influenciados por emociones o intuición al momento de tomar decisiones.

REFERENCIAS

Abitbol, P. y. (2006). Teoría de la elección racional: estructura conceptual y evolución reciente. Colombia Internacional. (62), 132 – 145. <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.7440/colombiaint62.2005.08>

Andino, T. S. (2020). Neuroeconomía, decisión de compra y el comportamiento económico en la ciudad de Manta-Manabí. Journal Business Science, 1(2), 37-45. https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/business_science

Arias, D. E. (2016). Análisis de neuroeconomía como nuevo paradigma en la ciencia económica. Ciencias Económicas: Publicación de la Facultad de Ciencias Económicas

de la Universidad Nacional del Litoral, 2(13), 107-119. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5904674>

Arias, D. (2016). Análisis de neuroeconomía como nuevo paradigma en la ciencia económica. Revista Ciencias Económicas, II (13), 107-119. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5904674>

Bernal, C. (2016). Metodología de la Investigación. Bogotá, Colombia: Pearson Educación.

Braidot, N. (2014). Neuromarketing: Neuroeconomía y Negocios. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Granica S.A.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=yWiyszczvwM8C&oi=fnd&pg=PA14&dq=que+es+la+20obert+o20ación+&ots=9LwZUtPSWa&sig=I4lwKg1Var8QNQF9difBPZ75TjA#v=onepage&q=que%20es%20la%20neuroeconomía&f=false>

Garay, C. (2020). Técnicas e Instrumentos de Investigación. Bocas del Toro, Panamá. <https://crubocas.up.ac.pa/sites/crubocas/files/2020->



- 07/3%20M%C3%B3dulo%2C%20%2C%20EVIN%20300.pdf
- Hernández, R., & Fernández, C. y. (2014). Metodología de la investigación (Sexta ed.). México D.F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.
https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Osorio, D., & Landínez, D. A. (2022). Neuroeconomía y toma de decisiones financieras: aproximación desde una revisión sistemática de la literatura. Revista CEA, VIII(16).
<https://doi.org/https://doi.org/10.22430/24223182.1911>
- Rodríguez, R. y. (2020). Las PYMES en Ecuador. Un análisis necesario. Digital Publisher CEIT, V (5), 191-200.
<https://doi.org/doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.337>
- Salkind, N. J. (1998). Método de investigación. México: Prentice-Hall.
- Sánchez, J. C., Sánchez, P. A., Cuadrado, G. P., & Romero, E. V. (2020). La neuroeconomía como nuevo paradigma de estudio del comportamiento humano en la toma de decisiones económicas. Conciencia Digital, 3(4.1), 62-72.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i4.1.1470>
- Sánchez, J., Sánchez, P., & Cuadrado, G. y. (7 de diciembre de 2020). La neuroeconomía como nuevo paradigma de estudio del comportamiento humano en la toma de decisiones económicas. Ciencia Digital, III (4.1), 62-72.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i4.1.1470>
- Super Intendencia de Compañías, Valores y Seguros. (27 de enero de 2022). Ranking Empresarial – Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. Empresas sujetas al control de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros:
<https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/verdocumentoRanking.zul>