



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

ESCUELA DE POSGRADO

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN



TESIS

**FACTORES EMOCIONALES Y LA TOMA DE DECISIONES
CONDUCTUALES EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE
UNIVERSIDADES NACIONALES DE LA REGIÓN PUNO**

PRESENTADA POR:

MARISOL GONZAGA ZIRENA CANO

PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:

DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

PUNO, PERÚ

2024

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

FACTORES EMOCIONALES Y LA TOMA DE DECISIONES CONDUCTUALES EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE UNIVERSIDADES NACIONALES DE LA REGIÓN PUNO

AUTOR

MARISOL GONZAGA ZIRENA CANO

RECuento DE PALABRAS

30998 Words

RECuento DE CARACTERES

159618 Characters

RECuento DE PÁGINAS

125 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

5.9MB

FECHA DE ENTREGA

Apr 29, 2024 3:47 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Apr 29, 2024 3:49 PM GMT-5

● **10% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 9% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 6% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- *Material citado*
- Material citado
- *Coincidencia baja (menos de 10 palabras)*



Dr. Rotando E. Rodríguez Alzamán
CLAD 1234567



Resumen



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
ESCUELA DE POSGRADO
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

TESIS


**FACTORES EMOCIONALES Y LA TOMA DE DECISIONES
CONDUCTUALES EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE
UNIVERSIDADES NACIONALES DE LA REGIÓN PUNO**



PRESENTADA POR:
MARISOL GONZAGA ZIRENA CANO
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:
DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

APROBADA POR EL JURADO SIGUIENTE:

PRESIDENTE


.....
D.Sc. EDGAR DARIO CALLOHUANCA AVALOS

PRIMER MIEMBRO


.....
D.Sc. JULIO CESAR CHOQUE VARGAS

SEGUNDO MIEMBRO


.....
D.Sc. PAULA ANDREA AROHUANCA PERCCA

ASESOR DE TESIS


.....
Dr. ROLANDO ESTEBAN RODRIGUEZ HUAMANI

Puno, 22 de enero de 2024.

ÁREA: Administración General

TEMA: Factores emocionales y la toma de decisiones conductuales en estudiantes de administración de Universidades Nacionales de la Región Puno

LÍNEA: Administración y marketing



DEDICATORIA

A mi Sra. Madre que con su gran paciencia me acompaña siempre y me incita al logro de mis objetivos que, de algún modo, también los hace suyos. A mi hermana Yeny, que en sus formas demuestra lo ejemplar que debe ser una persona; lo cual admiro mucho y motiva mi superación personal y me recuerdan que siempre se puede ser mejor.

Marisol Gonzaga Zirena Cano



AGRADECIMIENTOS

*A Dios, por ser la fuerza divina que guía
cada uno de mis pasos.*

*A mi querida alma mater, Universidad
Nacional del Altiplano Puno, que me inició en
las sendas del saber y entender lo esencial del
conocimiento.*

*Mi agradecimiento al Ing. Emilio
Castillo Aroni, por su invaluable apoyo, que, en
los momentos de mayor duda me aclaró el
panorama y fortaleció mis ansias de
superación y crecimiento profesional.*

*Mi especial agradecimiento a mi asesor
Dr. Rolando Esteban Rodríguez Huamani y al
Jurado calificador por la motivación,
confianza y su valiosa contribución al
compartir sus generosos conocimientos en la
realización del presente trabajo de
investigación.*

*A mis colegas, estudiantes y amigos de
Administración, por el invaluable apoyo que
hizo posible la realización del presente trabajo.*

A todos, gracias mil.

Marisol Gonzaga Zirena Cano



ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTOS	ii
ÍNDICE GENERAL	iii
ÍNDICE DE TABLAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
ÍNDICE DE ANEXOS	x
ACRÓNIMOS	xi
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3

CAPÍTULO I

REVISIÓN DE LITERATURA

1.1	Marco teórico	5
1.1.1	Economía	5
1.1.2	Economía conductual o del comportamiento	6
1.1.3	Emociones	7
1.1.4	Factores emocionales	17
1.1.5	Intuición	18
1.1.6	Racionalidad de la toma de decisiones T/D	18
1.1.7	Sesgos cognitivos	21
1.1.8	Toma de decisiones conductuales - TDC	22
1.2	Antecedentes	26
1.2.1	Internacionales	26
1.2.2	Nacionales	30
1.2.3	Locales	32

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1	Identificación del problema	33
2.2	Enunciados del problema	34
2.2.1	Problema general	34
2.2.2	Problemas específicos	35



2.3	Justificación	35
2.4	Objetivos	36
2.4.1	Objetivo general	36
2.4.2	Objetivos específicos	36
2.5	Hipótesis	36
2.5.1	Hipótesis general	36
2.5.2	Hipótesis específicas	36

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1	Lugar de estudio	38
3.2	Población	38
3.3	Muestra	39
3.4	Método de investigación	40
3.4.1	Alcance de la investigación	40
3.4.2	Diseño de investigación	41
3.4.3	Fuentes de información	41
3.5	Descripción detallada de métodos por objetivos específicos	41
3.5.1	Prueba de ANOVA de Kruskal-Wallis o H, de Kruskal-Wallis	42
3.5.2	Kolmogorov-Smirnov	43
3.5.3	Validación del instrumento	43

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1	Resultados	46
4.1.1	Caracterización de la muestra	46
4.1.2	Determinar la especificidad de emociones que influyen en las decisiones racionales	47
4.1.3	Identificar la intensidad de emociones que influyen en la racionalidad acotada de la toma de decisiones	53
4.1.4	Definir la temporalidad - duración de emociones que estimulan las decisiones intuitivas	64
4.1.5	Analizar los factores emocionales que influyen en las decisiones conductuales.	74
4.2	Discusión	79
CONCLUSIONES		82



RECOMENDACIONES	84
BIBLIOGRAFÍA	85
ANEXOS	93



ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
1. Función de emociones	11
2. Población de estudiantes de Administración distribuido en genero 2023-I	38
3. Muestra estratificada por ciclo de estudios 2023 – I	40
4. Descripción de métodos por objetivos	41
5. Rangos de medición - Coeficiente alfa de Cronbach	44
6. Alfa de cronbach - Procesamiento de casos – estadísticas de fiabilidad	44
7. Caracterización de la muestra por grupos genéricos	46
8. Emoción que lo identifica según procedencia	47
9. Emoción que predomina según género y procedencia	48
10. Sesgo: Como pensamos S1-S2 – A	48
11. Regla básica- Anclaje y ajuste - UIT según procedencia	49
12. Representatividad en aciertos según procedencia	50
13. Representatividad – prejuicio – Anny – según ciclo de estudios	51
14. Sesgo de status quo – acciones según género	51
15. Estadísticos de prueba de especificidad de la emoción y la toma de decisiones racionales	52
16. Intensidad de la emoción	53
17. Intensidad de cada emoción según ciclo de estudios	55
18. Notoriedad de emociones	56
19. Notoriedad de las emociones según ciclo de estudios	57
20. Sesgo: Como pensamos S1-S2 – B	58
21. Regla básica- Anclaje y ajuste - Donación según procedencia	59
22. Disponibilidad de información ante riesgos según procedencia	60
23. Optimismo ilusorio según actividad realizada	61
24. Aversión al riesgo según procedencia	62
25. Sesgo de status quo – recompensa inmediata según edad	62
26. Intensidad de emociones y la racionalidad acotada de la toma de decisiones	63
27. Temporalidad de las emociones	64
28. Duración de emociones según genero	66
29. Impacto de las emociones según género	67
30. Impacto de las emociones por tiempo	69



31.	Disponibilidad de encontrar nuevamente dinero según ciclos de estudio	69
32.	Exceso de confianza según genero	70
33.	Aversión a las pérdidas según edad en grupos	71
34.	Sesgo enmarcado – Framing – vacuna según actividad realizada	72
35.	Sesgo enmarcado – Framing – preferencia de compra	73
36.	Temporalidad de emociones y decisiones intuitivas	73
37.	Factores emocionales de estudiantes de Administración	75
38.	Toma de decisiones conductuales	77
39.	Factores emocionales y la toma de decisiones conductuales	78

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
1. A circumplex model	10
2. Divisiones del Sistema Nervioso	14
3. Corte transversal del encéfalo - Lóbulos del cerebro	15
4. El cerebro y la función en las emociones	16
5. Toma de decisiones - Categorías modulares y subcategorías - dinámico	19
6. Escogencia humana	24
7. Como pensamos S1-S2 – A	49
8. Regla básica- Anclaje y ajuste - UIT	49
9. Representatividad en aciertos según procedencia	50
10. Representatividad - prejuicio	51
11. Sesgo de status quo – acciones	52
12. Especificidad de la emoción y la toma de decisiones racionales	53
13. Intensidad de las emociones	54
14. Notoriedad de las emociones	56
15. Sesgo: Como pensamos S1-S2 – B	59
16. Regla básica- Anclaje y ajuste - Donación	59
17. Disponibilidad de información ante riesgos	60
18. Optimismo ilusorio	61
19. Aversión al riesgo	62
20. Sesgo de status quo – recompensa inmediata	63
21. Intensidad de la emoción y la racionalidad acotada de la toma de decisiones	64
22. Duración de las emociones	65
23. Impacto de las emociones	69
24. Disponibilidad de encontrar nuevamente dinero	70
25. Exceso de confianza	70
26. Aversión a las pérdidas	71
27. Sesgo enmarcado – Framing – vacuna	72
28. Enmarcado - Framing – preferencia de compra	73
29. Temporalidad de emociones y la toma de decisiones intuitivas	74
30. Factores Emocionales - Especificidad	75
31. Factores emocionales - Intensidad	76



32.	Factores emocionales – Temporalidad	76
33.	Toma de decisiones conductuales	77
34.	Barras de error Factores emocionales y la toma de decisiones conductuales	78



ÍNDICE DE ANEXOS

	Pág.
1. Matriz de consistencia	¡Error! Marcador no definido.
2. Cuestionario	94
3. Frecuencias relativas	96
4. Prueba de normalidad (recomendación: Mc. Guigan (1993) y Siegel (1956)	102
5. Cursos relacionados al tema de la EPA según ciclo de estudios - Malla curricular 2015 - 2019 3.0	103
6. Relación de variables de control: sexo, edad y procedencia y ciclo de estudios	105
7. Correlaciones de Rho de Spearman de las variables de caracterización y las interrogantes ...	106
8. Validación de expertos	108



ACRÓNIMOS

BE	:	Behavioral Economics
EC	:	Economía conductual
ECONOS	:	Homo económico
E.P.	:	Escuela Profesional
EPA	:	Escuela Profesional de Administración
FSI	:	Factores supuestamente irrelevantes
HUMANOS	:	Homo sapiens
SNC	:	Sistema Nervioso Central
SC	:	Sesgos cognitivos
TD	:	Toma de decisiones
TDC	:	Toma de decisiones conductuales
TER	:	Teoría de la elección racional
SINEACE	:	Sistema Nacional de Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa
SUNEDU	:	Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria
UNAP	:	Universidad Nacional del Altiplano Puno
UNAJ	:	Universidad Nacional de Juliaca

RESUMEN

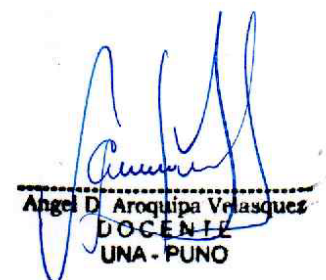
Los factores emocionales relacionados a la toma de decisiones es un tema crucial en la ciencia del comportamiento por ello el estudio tuvo por objetivo: analizar la influencia de los factores emocionales en las decisiones comportamentales, según la economía conductual, donde las decisiones no necesariamente maximizan los beneficios ni son “racionales”; en este sentido, se analizó la influencia de: la especificidad de emociones en decisiones racionales; la intensidad de emociones en la racionalidad acotada y la duración de la emoción en decisiones intuitivas. El diseño metodológico utilizado fue de un enfoque investigativo cuantitativo, deductivo, explicativo, de tipo no experimental y observación transversal, con fuentes de información primarias aplicadas a la población objetivo, siendo esta de 625 alumnos. Se llegó a la conclusión que, las emociones ejercen influencia significativa en los procesos decisorios basados en el comportamiento, destacando la importancia de considerar no solo la intensidad, sino también la duración temporal de las emociones, a fin de moldear las decisiones intuitivas y las decisiones racionales acotadas; de manera que, es preciso incorporar en la formación de los jóvenes, estrategias específicas que ayuden a gestionar y comprender las emociones durante el proceso decisorio, pudiendo incluir desarrollo de habilidades de autoconciencia y autorregulación para abordar de manera efectiva la variabilidad emocional, dado que éstas estrategias incrementarían la probabilidad de acierto en las decisiones conductuales de los futuros administradores.

Palabras clave: Economía, economía conductual, emociones, factores emocionales, intuición, racionalidad, sesgos cognitivos, toma de decisiones conductuales.

ABSTRACT

Behavioral science places great importance on the emotional aspects of decision-making; Therefore, the goal of the study was to examine how behavioral economics, which holds that actions are not always "rational" or maximize benefits, is influenced by emotional elements; in this way, the impact of the following factors was examined: the duration of emotion in intuitive decisions; the intensity of emotion in restricted rationality; and the specificity of emotions on rational decisions. Using primary sources of data, the methodological design applied to the target group of 625 students was quantitative, deductive, explanatory, non-experimental research approach and transversal observation. It was concluded that emotions exert a significant influence on behavioral decision-making processes, highlighting the importance of considering not only the intensity but also the temporal duration of emotions, in order to shape intuitive decisions and bounded rational decisions; Therefore, it is necessary to incorporate them into the training of young people specific strategies that help manage and understand emotions during the decision-making process, which may include the development of self-awareness and self-regulation skills to effectively address emotional variability, given that these strategies would increase the probability of success in the behavioral decisions of future managers.

Keywords: Behavioral decision making, behavioral economics, cognitive biases, economics, emotional factors, emotions, intuition, rationality.



Angel D. Aroquipa Velasquez
DOCENTE
UNA - PUNO

INTRODUCCIÓN

La administración siendo una disciplina que requiere habilidades críticas de toma de decisiones, y los administradores deben tomar elecciones que afectan a las organizaciones y a las personas que trabajan en ellas, por lo tanto el propósito es explorar y comprender a profundidad la relación entre las emociones y las decisiones es esencial tanto para su desarrollo académico como para su carrera en el mundo empresarial; por ello analizar los supuestos de la racionalidad resulta interesante dada la teoría de la economía conductual; como indicó Thaler (2000) las decisiones no necesariamente maximizan los beneficios, como se pensaba según la teoría del homo economicus, y, hasta cierto punto serían “irracionales”; o como (Bravo et al., 2018) afirman que en un entorno de alta competitividad las organizaciones administradas por altos directivos requieren tomar decisiones ágiles, de calidad, a la vez efectivas; y las emociones con un efecto heurístico permite tomar decisiones casi en automático; como indicaba López et al. (2013) que altos directivos decidían según cuestiones no racionales, y los estudiantes de esta área deben ser capaces de entender que las decisiones son el resultado de racionalidades diferentes, conscientes o no; considerando a Cortés (2015) la toma de decisiones despliegan un proceso cognitivo complejo, definiendo la mezcla de factores, que incluye la educación, las emociones y las interacciones sociales, para ello Calderón (2017) afirma que, en los últimos años, se ha logrado evaluar diferentes sistemas cerebrales relacionados con las emociones y la toma de decisiones, explicando claramente la interacción en las áreas corticales superiores, responsables del comportamiento humano. Comprendiendo en que basan sus decisiones los estudiantes de administración a la hora de elegir, Robbins y Judge (2013) una característica de formadores de profesionales en administración es que, el estudiante pueda tomar decisiones racionales, que no son del todo reales, puesto que se cometen algunos errores contradiciendo al modelo tradicional, aunado a la necesidad de tomar decisiones acertadas y mejor informadas es estudiada por el complejo funcionamiento del cerebro al decidir (Kahneman, 2011) o como sugieren Bechara y Damasio (2005) que las decisiones sensatas son el producto del procesamiento emocional previo. Para ello resulta útil acrecentar los conocimientos aplicados a las decisiones, lo cual contribuye a mejorar las probabilidades de éxito en el logro de objetivos y metas de una administración eficiente. En este sentido la investigación se encuentra dentro del área de la administración, específicamente del comportamiento organizacional con el tema del análisis de la influencia de los factores emocionales en la toma de decisiones



conductuales, y con la finalidad de cumplir con los objetivos planeados, el trabajo consideró cuatro capítulos: Capítulo primero. Se detalló el marco teórico y revisión de literatura, realizada a diferentes investigadores que aportan al conocimiento de la toma de decisiones comportamentales y las emociones, físicamente donde se toman las decisiones. Teoría en la cual se sustentó el trabajo de investigación. Capítulo segundo. Presenta el cuestionamiento objeto de estudio, el porqué de la investigación y las hipótesis que se planteó en la investigación. Capítulo tercero. Desarrolla los materiales y métodos, especificando la población, muestra y la metodología aplicada en el estudio; así mismo considera la confiabilidad y validación del instrumento haciendo uso de la estadística para tal efecto. Capítulo cuarto. Se da a conocer los resultados obtenidos según los objetivos planteados y discusión a los que se alcanzaron en la investigación. Producto del trabajo realizado al finalizar se muestra las conclusiones a los que se llegaron, con las correspondientes recomendaciones, detallando la bibliografía consultada y los anexos, en la cual se justifica el trabajo.

CAPÍTULO I

REVISIÓN DE LITERATURA

1.1 Marco teórico

Desde la filosofía de la racionalidad incorpora a los factores emocionales en el proceso decisional abordando la experiencia subjetiva de las emociones en el contexto de la toma de decisiones; es así que la epistemología conceptualiza, la contribución de las emociones al proceso de adquisición de conocimiento dentro del contexto real de toma de decisiones. Así mismo se destaca la tendencia y relevancia que ejercen los factores emocionales en la toma de decisiones; para ello se brinda la siguiente base teórica:

1.1.1 Economía

La teoría económica tradicional como indican Leriche y Caloca (2007) originada en los planteamientos de A. Smith, el individuo económico es capaz de elegir entre diferentes bienes, haciendo caso al homo economicus y no hace distinción de características como: raza, edad, sexo o alguna otra cualidad social. No muestra una conexión significativa con su entorno, lo que implica que sus evaluaciones y decisiones carecen de influencias externas, aunque sigue manteniendo una coherencia lógica en su comportamiento.

En ese entender el padre de la teoría económica (Smith, 1794) hace referencia que lo primordial para el ser humano es la obtención de bienestar y la felicidad en la vida, pero, la propiedad más sagrada es el trabajo y fundamento para las demás propiedades; y la sociedad directa o indirectamente tiende a incrementar la renta real de la riqueza que posee; se pueden señalar dos principios que impulsan el progreso: Primero, la demanda surge de manera interna al proceso de producción, impulsada por la expansión de la división del trabajo y el consecuente aumento de la productividad que lleva a la especialización. Dando lugar a un excedente que puede ser intercambiado por otros productos para satisfacer necesidades: la demanda real incrementa según como la producción aumenta; tanto la demanda como la oferta poseen una importancia equitativa. Segundo, los individuos actúan con una perspectiva macroeconómica al buscar incrementar su producción mediante una mayor especialización, con el propósito de aumentar el excedente para intercambiarlo y así elevar la demanda real.

1.1.2 Economía conductual o del comportamiento

Kahneman (2011) la economía conductual (EC) es la ciencia que combina la economía y la psicología para comprender el comportamiento humano ante las decisiones económicas y se basa en los sesgos cognitivos, que son los que a menudo impiden que las personas tomen decisiones racionales por mucho que lo intenten.

Thaler (2018) la economía del comportamiento (EC) es una especie de revolución de la economía basada en el comportamiento y el modelo idealizado de la psicología; describe al homo economicus, como el hombre racional maximizador de utilidades, refutando esos argumentos y pasando a un enfoque más constructivo, donde para lograr objetivos caracteriza el comportamiento óptimo y predecir el comportamiento real. Desde un punto de vista teórico y respaldado por evidencia empírica, el enfoque del comportamiento abre la posibilidad de crear modelos más avanzados para comprender la conducta económica. Esto se logra al integrar conceptos de diversas disciplinas de las ciencias sociales para mejorar el modelo convencional. Esta perspectiva abarca razonamientos como: Modelos normativos - buscan soluciones óptimas a casos particulares y Modelos descriptivos - reflejan la conducta real de los individuos.

González et al., (2020) la EC se basa en la idea, que las decisiones y elecciones humanas se adoptan en contextos de racionalidad limitada, donde entran en juego una diversidad de factores psicológicos (ejemplo: emociones, sesgos atencionales o de pensamiento, recuerdos, valores o actitudes) que alteran los resultados predichos por la teoría económica.

Hens y Meier (2016) la EC, desarrolla métodos de diagnósticos fiables y correcciones adecuadas para evitarlos, incorpora resultados de las neuros en el ámbito de la investigación cerebral, se cometen errores, aunque ya cuenten con experiencia los vuelven a cometer; en el mundo financiero se toman decisiones que los economistas consideran irracionales.

Rodríguez (2012) ésta teoría de la EC integra ideas de la psicología, la economía neoclásica, adhiriéndose también las neurociencias, para explicar el comportamiento real de los humanos, hace referencia de la influencia de la

heurística, los sesgos cognitivos y la racionalidad; se basan en hallazgos probados de las ciencias sociales, en que los individuos toman decisiones erróneas que no lo harían si prestaran más atención y estar dispuesto a la información, capacidades cognitivas ilimitadas y un autocontrol absoluto.

Thaler (2018) el enfoque del comportamiento ofrece la oportunidad de desarrollar mejores modelos del comportamiento económico incorporando ideas de otras disciplinas de la ciencia social. Para ilustrar este enfoque más constructivo, incluye factores supuestamente irrelevantes (FSI) que considera la confianza excesiva, aversión a la pérdida y autocontrol. La economía conductual (EC) se fundamenta en evidencias no se limita al enfoque de factores que provienen de normativas tradicionales. En su lugar, abre la puerta a una nueva ola de avances teóricos que emergen de estudios realizados a seres humanos y estos no solo se enfocan en los aspectos económicos.

Tejedor (2020) la EC son aproximaciones científicas desde diferentes puntos de vista entre multidisciplinarios y heterodoxos que replantean los paradigmas impuestos por las perspectivas teóricas más ortodoxas, que en el último siglo han sido puestas a prueba por la evidencia empírica.

1.1.3 Emociones

Es fundamental comenzar estableciendo el concepto de emoción. Las emociones son experiencias subjetivas complejas que involucran respuestas psicológicas, fisiológicas y conductuales ante diferentes estímulos. Para comprenderlo, es útil examinar las teorías clásicas y contemporáneas; entre las teorías clásicas, destacan las propuestas por filósofos como Platón y Aristóteles, quienes consideraban a las emociones como fuerzas básicas que impulsaban el comportamiento humano y guiaban la toma de decisiones. Y las teorías contemporáneas que están basados en evidencia empírica.

Por ello podemos decir que las emociones son fenómenos complejos que involucran aspectos cognitivos, fisiológicos y experienciales, como lo aborda James (1989) en su obra "Principios de Psicología", donde presenta su teoría conocida como la teoría de las emociones de James-Lange, que se ocupa de la naturaleza, origen y alcance del conocimiento, y aplicada a las emociones y busca

comprender cómo adquirimos y entendemos el conocimiento, surgido como resultado de las respuestas fisiológicas y corporales que preceden a la percepción consciente de la emoción. James argumenta que no "sentimos" una emoción y luego experimentamos la respuesta física asociada, sino que percibimos los cambios fisiológicos en nuestro cuerpo y luego interpretamos esos cambios como una emoción específica.

Páez et al. (2011) las escalas emocionales utilizan adjetivos sobre las emociones como de alta activación, tanto negativos como positivos, que están asociados a emociones intensas medidas por la Escala Diferencial de Emociones (DES) propuesto por Izard y colaboradores, sin embargo, estas escalas no consideran la evaluación de estados de ánimo y emociones de baja activación; investigaciones sobre vivencia afectiva, donde las personas expresan sus sentimientos y su intensidad al ser contactadas, revelan que en la vida cotidiana son más comunes los estados de ánimo difusos y de baja intensidad que las emociones intensas y enfocadas en una causa. Habitualmente, es más frecuente experimentar estados de ánimo difusos, como el contento, la calma, el entusiasmo y la felicidad, así como estados negativos como la melancolía, la fatiga, el cansancio y la tristeza.

Ander (2016) emoción (latín) emotio, “acción de sacar de sitio”; “conmocionar”. Trata de un sentimiento que surge inesperadamente, se manifiesta en la mente después de un estímulo, ya sea de origen interno o externo.

Robbins y Judge (2013) Las emociones son sensaciones fuertes dirigidas hacia una persona o un objeto o como dicen Pinedo y Yáñez (2018) la emoción ha demostrado ser desde la antigüedad un concepto difícil de definir y una noción que congrega muy variadas interpretaciones. La emoción a inicios de la filosofía griega, ha sido el foco central de reflexiones, conceptos destinados a aclarar y abordar los complejos problemas relacionados con la conducta y las acciones humanas.

Pinedo y Yáñez (2018) Alegría, amor, miedo, tristeza y odio son emociones que han acompañado la existencia humana desde tiempos inmemoriales, pero fue en la filosofía griega y romana antigua en la que

aparecieron las primeras reflexiones que intentaban describir de una manera más detallada las características de estos fenómenos del alma.

Chóliz (2005) refiere que la emoción es una experiencia de varias dimensiones con diferentes sistemas de respuesta: 1° cognitivo/subjetivo; 2° conductual/expresivo y 3° fisiológico/adaptativo; cada dimensión puede ser relevante según la emoción, la persona o la situación determinada; y la cualidad de la experiencia emocional puede ser de mayor o menor intensidad y de diversa magnitud.

Goleman (2003) las emociones son impulsos que nos hacen reaccionar de manera automática, proviene del verbo latino moveré (moverse) más el prefijo e que significa (movimiento hacia), lo que implica que la emoción es una tendencia a la acción, impulsos básicos que nos incitan a actuar, la emoción predispone al cuerpo a un tipo diferente de respuesta. El enojo - ira, incrementa la sangre hacia las manos, acelera la adrenalina y la frecuencia cardíaca; provocando una acción enérgica y a realizar movimientos vigorosos. El miedo - provoca una retirada de la sangre del rostro hacia los músculos, lo que resulta en palidez y sensación de frío y estaría relacionado a la huida, ya que las conexiones nerviosas en los centros emocionales del cerebro alertan al cuerpo. La felicidad - implica cambios biológicos que aumenta la actividad cerebral encargada de suprimir sentimientos negativos o de preocupación, proporcionando una mayor energía. El amor - incluyen afecto y satisfacción sexual estimulan el sistema nervioso parasimpático, contrario a la huida del miedo o la ira.

Russell (1980) describe a las emociones como un conjunto de dimensiones que se estructuran en torno a una circunferencia, como el disgusto, la angustia, la depresión, la excitación, etc., y cada dimensión varía independientemente de las demás. No obstante, las dimensiones afectivas están conectadas de una manera muy sistemática, representada por un modelo espacial que se representa en el siguiente orden: placer 0°, seguido de entusiasmo 45°, excitación 90°, ansiedad, estrés 135°, disgusto 180°, depresión, desanimado 225°, somnolencia 270° y relajación 315° satisfacción.

Figura 1

A circumplex model



Nota. A circumplex model, (Russell, 1980) clasifican a las emociones, en ejes factoriales, publicado en el Journal of Personality and Social Psychology. representa una síntesis del modelo propuesto por diversos autores como Russell, Feldman, Barrett, Larse. Fuente: Bisquerra (2009)

Fernández y Jiménez (2010) la emoción según la categoría afectiva enfatiza los aspectos subjetivos o experienciales y engloba definiciones que acentúan la importancia del sentimiento, la percepción del nivel de activación fisiológica y su dimensión hedónica (continuo placer-displacer). La conceptualización afectiva se refiere a los cambios fisiológicos que suceden después de percibir un estímulo emocional y la sensación de estos cambios se traducen en una emoción.

Melamed (2016) la emoción es la sensación, causada directamente por una respuesta fisiológica producida luego de la percepción del objeto, esta sensación provoca cambios corporales, el núcleo de una emoción está compuesto de un conjunto de “sentidos” o sensaciones que resultan importantes, puesto que explican la variedad de tipos de emociones, sin los cambios corporales que siguen

a la percepción, la última sería puramente cognitiva en forma, pálida, sosa, desprovista de la calidez emocional.

El trabajo de investigación considera como base teórica los fundamentos de Bisquerra (2009) conceptualizando a las emociones como un estado del organismo que predispone al individuo al actuar, motivado por una excitación o perturbación de un acontecimiento, sea esta externa o interna donde cada persona reacciona de diferente manera. Se habla de emociones en plural, a las emociones discretas como amor, alegría, ira, tristeza, miedo etc. y como dimensiones se considera el clúster de Shaver, figura 1, y presenta la ordenación jerárquica de emociones; las cuales se distinguen como emociones positivas y negativas, y también se categorizan en emociones básicas como: amor, alegría, sorpresa, ira - rabia, tristeza y miedo.

A. Función de las emociones

Según Bisquerra (2009) la función más primordial es que desempeñan un papel importante en la adaptación del organismo a su entorno.

Tabla 1

Función de emociones

Emoción	Función
Miedo	- Motiva escapadas frente a amenazas reales y cercana a fin de garantizar supervivencia
Ansiedad	- Mantiene una vigilancia atenta a lo que pueda suceder. Pueden existir peligros potenciales o percibidos
Ira	- Aboga por una acción decidida; la impulsividad está presente
Tristeza	- Toma un momento de reflexión y buscar nuevas estrategias
Asco	- Rechaza sustancias en mal estado pudiendo perjudicar la salud
Alegría	- Continúa planes efectivos para alcanzar metas y objetivos.
Amor	- Garantiza atracción entre personas para asegurar la especie.

Nota. Elaborado por Oatley y Jenkins, 1996 251-284

B. Clasificación de emociones

Teoría que justificó la variable de factores emocionales en la investigación, fue de Bisquerra (2009) quien categoriza las emociones de acuerdo a los siguientes criterios:

Primero - Especificidad de emociones, se caracteriza por ser cualitativa y específica, facilitando su etiquetado y permitiendo la



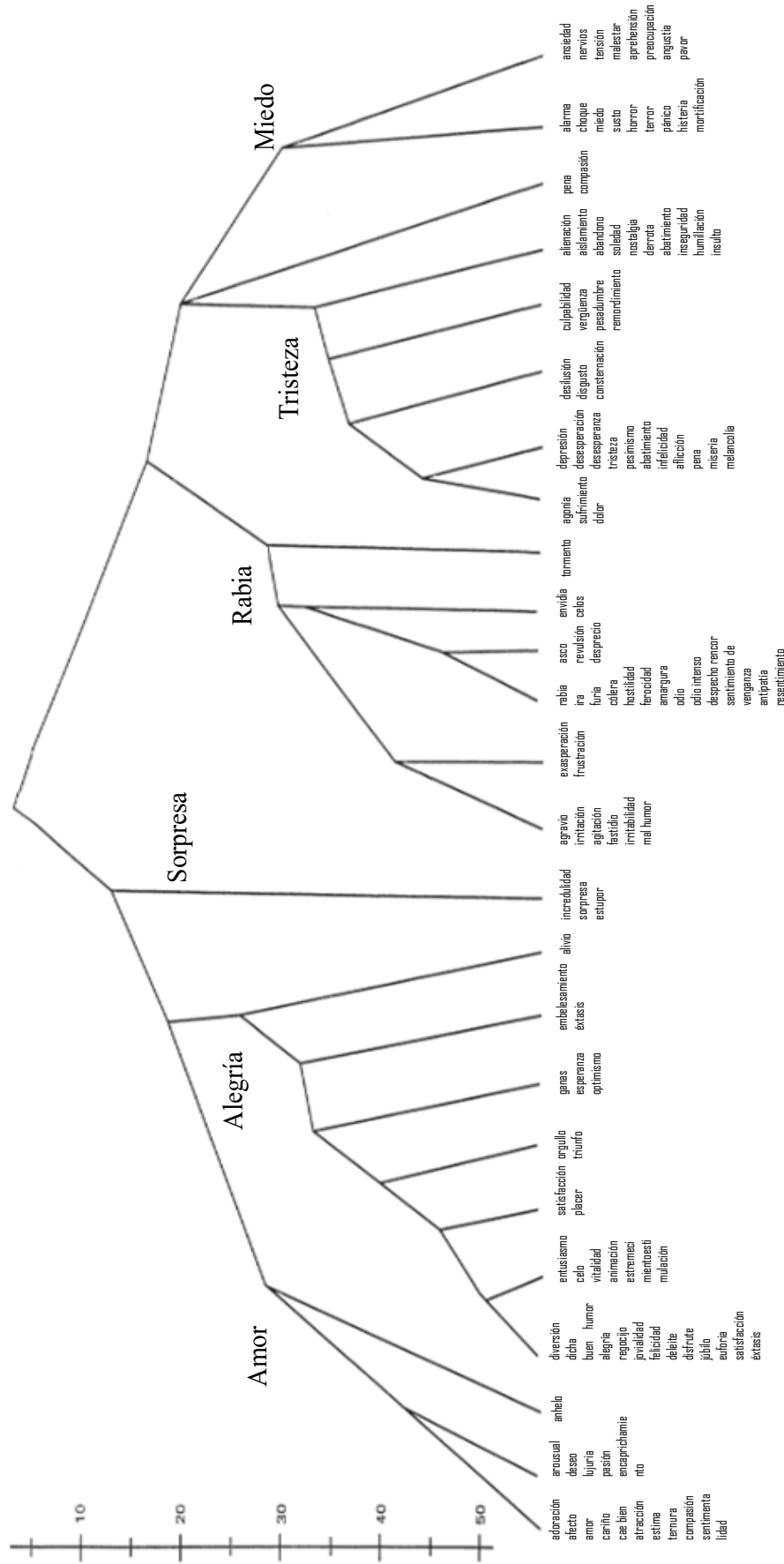
agrupación de emociones en familias con similitudes en especificidad, cada una está representada por una emoción básica o primaria, tales como amor, alegría, sorpresa, rabia, tristeza y miedo, como se muestra en la figura 2.

Segundo - Intensidad emocional; fuerza con que se produce una emoción, lo que permite darle un nombre diferente de los demás. La intensidad es un aspecto cuantitativo que carece de diferenciación y especificidad.

Tercero - Temporalidad de emociones puede variar, ya que algunas son agudas y suelen durar un período breve, mientras que otros estados emocionales pueden prolongarse en meses.

Figura 2

Clúster de Shaver - Ordenación jerárquica de emociones



Nota. La figura muestra el resultado de una investigación, de 135 cartas sobre emociones se analizó con la técnica de análisis multivariable y se observa, tres niveles de análisis jerárquico: 1) Distinción entre emociones positivas y negativas; 2) categorías básicas: amor (love), alegría (joy), ira (anger), tristeza (sadness), miedo (fear) y sorpresa (surprise). 3) categorías subordinadas, que representan matices entre las emociones básicas. Tomado de Shaver, et al. (1987). Fuente: Bisquera (2009)

C. Cerebro emocional

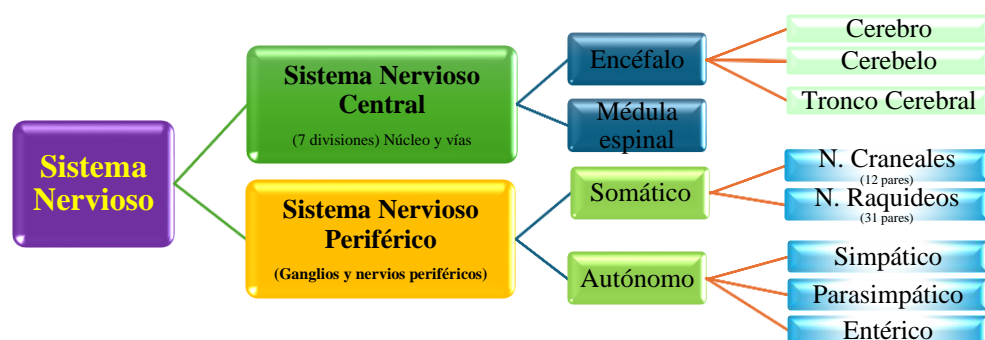
Se utiliza para referirse a una parte del cerebro y su red de regiones y circuitos que están principalmente involucrados en la regulación y procesamiento de las emociones. El cerebro emocional está compuesto por varias estructuras, que trabajan en conjunto con otras partes del mismo, como el "cerebro cognitivo" o neocórtex, para procesar información emocional y racional, lo que permite a las personas comprender y responder de manera apropiada a diversas situaciones. En si las áreas cerebrales contribuyen a nuestra experiencia emocional y a nuestra capacidad para adaptarnos y tomar decisiones en función de nuestras emociones y necesidades.

En este sentido el cerebro humano es un órgano sumamente complicado, su gasto energético en reposo es equivalente al de todo el sistema muscular esquelético, con poco menos de 2 kilos y un tamaño aproximado del 2% del cuerpo, alberga unos 20 billones de neuronas interconectadas (Rosales et al., 2018).

Santamaría (2018) La función cerebral engloba procesos de pensamiento, memoria, aprendizaje, emociones y conciencia; siendo el neuroeje o sistema nervioso central (SNC) quien supervisa todo el funcionamiento de músculos, termorregulación corporal entre otros.

Figura 3

Divisiones del Sistema Nervioso



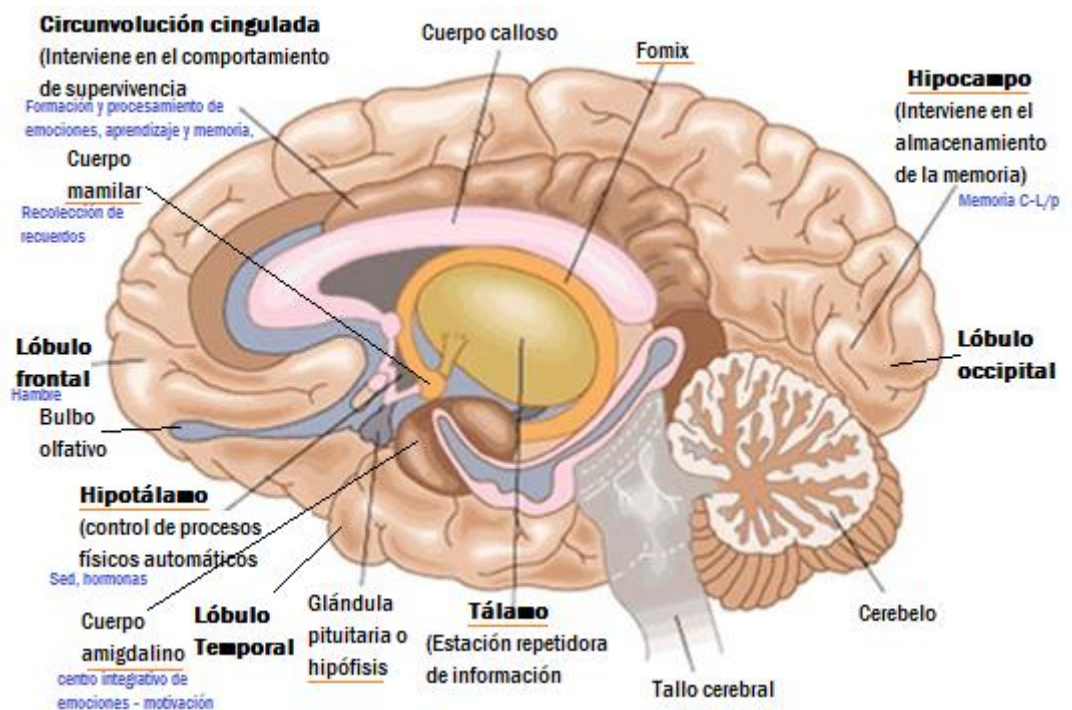
Nota. Elaborado por Tortolero y Acosta (2017)

Hens y Meier (2016) el cerebro humano está compuesto por diversas regiones. La más primitiva es el tronco cerebral, que controla

funciones vitales como la circulación, la respiración y la digestión. El sistema límbico, que incluye el tálamo para los sentidos, el hipotálamo para instintos como supervivencia y reproducción, así como el núcleo accumbens para emociones positivas y la amígdala para el miedo, es crucial para la intuición. Lo que nos distingue de otras especies es la corteza prefrontal, responsable de la memoria, el aprendizaje, la planificación y el autocontrol. El telencéfalo también nos permite reflexionar sobre sentimientos como el amor, el odio y la felicidad. Aunque las partes más antiguas del cerebro han cambiado poco en la evolución, se han desarrollado nuevas áreas para funciones adicionales, como la conducta social y la planificación.

Figura 4

Corte transversal del encéfalo - Lóbulos del cerebro



Nota. Adaptado en base a Snell (2003) y Tortolero y Acosta (2017)

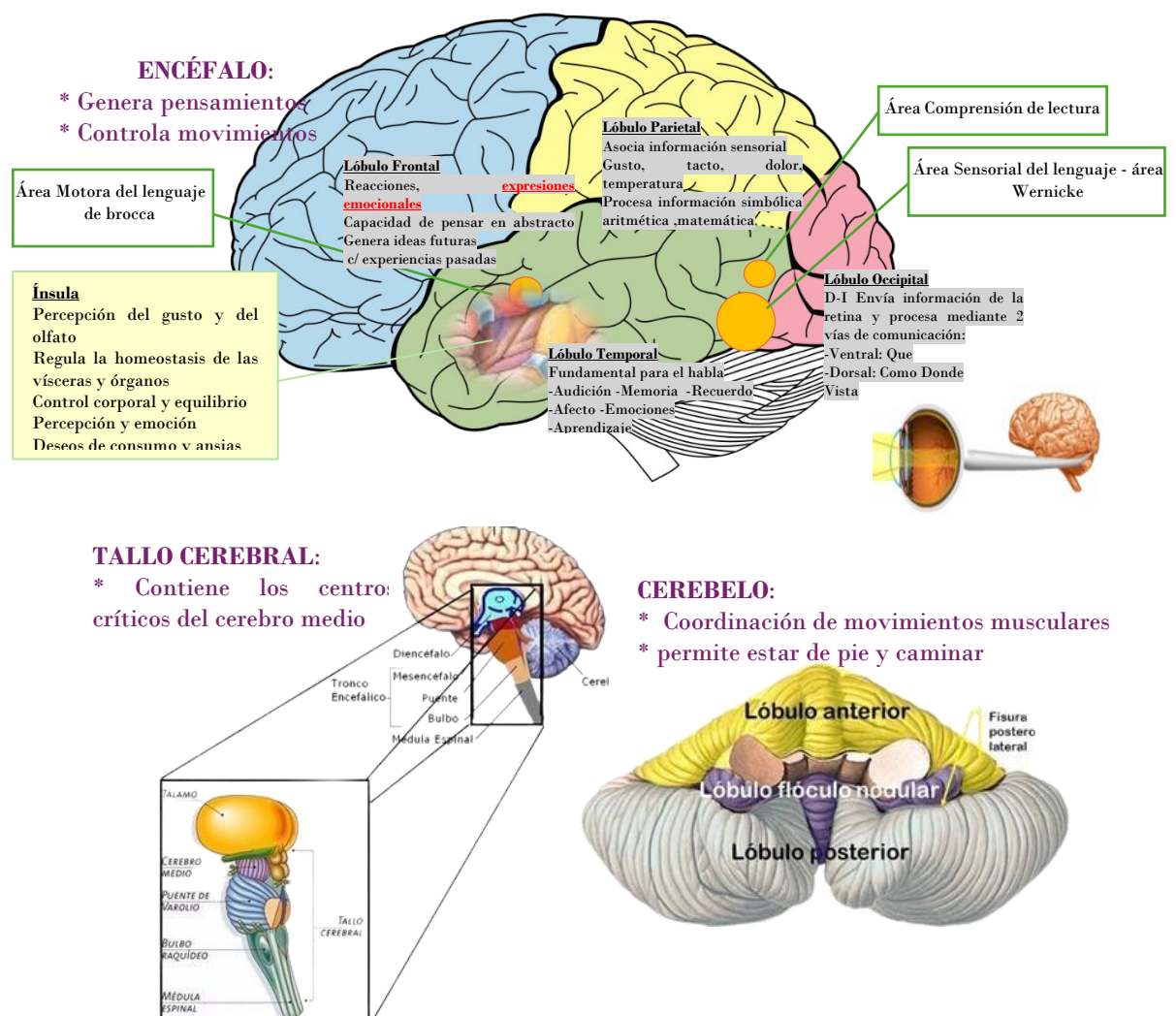
<https://slideplayer.es/slide/5559586/2/images/21/Corte+transversal+del+enc%C3%A9falo.jpg>

Tortolero y Acosta (2017) el sistema límbico como parte del SNC engloba diversas estructuras cerebrales, su función primordial radica en la generación de emociones y en establecer conexiones entre funciones cerebrales de niveles superiores e inferiores, así como en la formación y recuperación de recuerdos; reconoce su relación con el sentido del olfato y en la regulación del comportamiento. Para reanudar sus funciones, se utiliza la expresión "comer, huir, pelear, sentir y sexo"

Las principales áreas cerebrales involucradas en el procesamiento de emociones básicas son el sistema límbico y la corteza prefrontal (Cossini et al., 2017), como se muestra en la figura 5.

Figura 5

El cerebro y la función en las emociones



Nota. Elaborado con referencia a Google Search www.printerest.es

<http://www.methyla.org/cerebro-humano-y-sus-partes-para-colorear/>

Knutson y Bossaerts (2007) Los adelantos recientes y ágiles en la tecnología de imágenes cerebrales indican que las personas emplean ciertos circuitos subcorticales tanto para procesar el dinero como para abordar objetos físicos de manera similar.

Hsu (2005) indica que: según la teoría de la toma de decisiones, la incertidumbre sobre las probabilidades no debería influir en las elecciones. Sin embargo, observan que el grado de incertidumbre en las decisiones está relacionado de manera positiva con la activación de la amígdala y la corteza orbitofrontal, y de manera negativa con un sistema estriatal. Además, destaca que la actividad en el sistema estriatal se asocia positivamente con la recompensa anticipada.

1.1.4 Factores emocionales

La teoría de factores emocionales ofrece una comprensión holística de cómo variables intrapsíquicas, interpersonales y ambientales, interactúan para dar forma a la experiencia emocional humana, y, para el caso como esta influyen al momento de tomar decisiones.

- Factores Intrapsíquicos, Damasio (2014) destaca la importancia de la neurobiología en la generación de emociones, el papel de las estructuras cerebrales, como la amígdala y el córtex prefrontal, es crucial para entender cómo se procesan y regulan las emociones; Lazarus (2000) resalta la relevancia de la evaluación cognitiva en la experiencia emocional, la manera en que interpretamos eventos y situaciones influye directamente en las respuestas emocionales. Erik Erikson y Jean Piaget contribuyen al entendimiento de cómo las emociones se desarrollan a lo largo de la vida, desde la infancia hasta la edad adulta.

- Factores Interpersonales, John Bowlby destaca la importancia de las relaciones sociales en la formación de vínculos emocionales y la regulación emocional a lo largo de la vida. Paul Ekman estudia la comunicación no verbal y la expresión facial de las emociones, demostrando cómo la comunicación juega un papel esencial en la comprensión y regulación emocional.

- Factores Ambientales y Culturales, Geert Hofstede examina cómo los valores culturales influyen en la expresión y aceptación de diversas emociones,

proporcionando una perspectiva intercultural en la teoría de factores emocionales. Rachel Kaplan y Stephen Kaplan, desempeñan un papel importante en la generación y regulación de emociones, influyendo en la experiencia emocional diaria.

1.1.5 Intuición

Proceso forma de comprensión que no depende del razonamiento consciente o la experiencia para seleccionar una u otra alternativa.

Klein (2015) la intuición se forma por experiencias adquiridas de conocimiento implícito, esta perspectiva considera la intuición como un conjunto de heurísticas rápidas, viéndola como una fuente de posibles sesgos y errores. Para convertir la experiencia en verdadera pericia, es necesario recibir retroalimentación sobre nuestras acciones y decisiones. No se trata de esperar una evaluación de "correcto" o "incorrecto", sino de repetir y practicar la toma de decisiones para mejorar la intuición. Se recomienda enriquecer las intuiciones con una base de experiencia más amplia, lo que permite a las personas desarrollar un conocimiento implícito más sólido, como habilidades de percepción afiladas y modelos mentales más complejos.

Silva (2018) las decisiones intuitivas recogen de varios estudios sobre psicología, la categorización de seis heurísticas y sesgos que condicionan el comportamiento de los seres humanos y presentan oportunidades de implementar empujones.

Kahneman (2011) Uno de los avances más importantes es entender tanto las maravillas como los defectos del pensamiento intuitivo, donde las intuiciones acertadas, que quedan fuera de la afirmación informal de que la heurística de los juicios «es muy útil, pero a veces conduce a graves errores sistemáticos.

1.1.6 Racionalidad de la toma de decisiones T/D

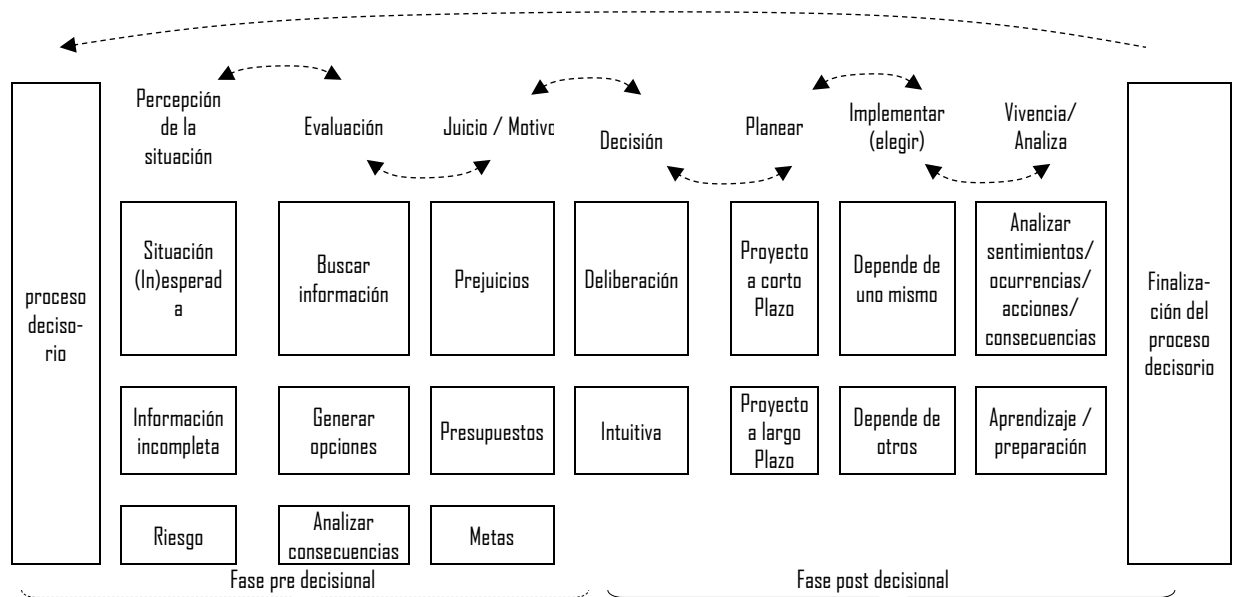
Proceso para analizar alternativas racionales donde los individuos buscan maximizar utilidades.

A. Toma de decisiones (TD)

La TD convencional es el procedimiento que las personas siguen cuando se encuentran en la posición de elegir entre varias alternativas. En la vida cotidiana, todos nos vemos enfrentados a situaciones en las que debemos optar por una opción, y esa elección no suele ser sencilla. La toma de decisiones se pone en marcha cuando surgen dilemas en distintos aspectos de nuestra vida, y debemos buscar la mejor solución posible para resolverlos. Para ello es necesario 1. Definir el problema. Análisis de la situación que se enfrenta. 2. Detectar las alternativas posibles. Definición y reconocimiento de las combinaciones de acciones que se pueden tomar. 3. Prever los resultados. Asociación y detección de las posibles consecuencias de cada una de las alternativas y estudio del contexto en el que se lleva a cabo la decisión. 4. Optar una alternativa. Elección de alguna de las opciones. 5. Control. Monitorear los resultados de la opción elegida, se debe ser responsable y tener una actitud participativa en el proceso. 6. Evaluación. Análisis de las ventajas y desventajas de la decisión tomada, este paso es fundamental para el aprendizaje y la toma de decisiones futuras.

Figura 6

Toma de decisiones - Categorías modulares y subcategorías - dinámico



Nota. Elaborado en base a Manrique y De Castro (2019)

Manrique y De Castro (2019) en la figura 6 el esquema de TD se representa de manera lineal, pero con conexiones reversibles indicadas por una flecha doble. Observamos un proceso general de TD que incluye subprocesos recurrentes, similares a ciclos que involucran decisiones o, más específicamente, elecciones subordinadas. La fase inicial consiste en percibir la situación, seguida de la evaluación de la misma. Sin embargo, al evaluar la situación, puede haber un cambio en la percepción de la misma, lo que a su vez puede llevar a una nueva evaluación de la situación. Este ciclo puede repetirse de manera continua. Este mismo patrón se repite en las demás categorías y subcategorías del proceso de toma de decisiones. Además, notamos que algunos de los procesos en la toma de decisiones son más conscientes que otros.

Fernández y Jiménez (2010) la concepción racionalista del comportamiento, es la razón humana y el factor predominante en la determinación de lo que el hombre hace, su voluntad es libre de elegir lo que la razón le dicta.

Paredes (2014) la importancia de la racionalidad radica en que para los seres humanos es vital ahondar y defender el ámbito de la racionalidad mientras que el realismo es un concepto no tradicional que abarca operaciones conceptuales, empíricas y evaluaciones, el racionalista es realista cuando explora o transforma su mundo exterior que independientemente existe de su percepción.

Santiago y Cante (2009) en la racionalidad perfecta los individuos tienen una consistencia lógica entre medios y fines, por tanto, optimizan sus decisiones a medida que pasa el tiempo. Capacidad de establecer una jerarquía de preferencias y buscar maximizar la satisfacción obtenida de los resultados, ya sea en situaciones de certeza, riesgo o incertidumbre. En el modelo de utilidad esperada, se parte de cuatro suposiciones fundamentales: 1) La persona que toma decisiones tiene una función de utilidad claramente definida. 2) Las opciones disponibles para elegir están claramente definidas y abarcan tanto el presente como el futuro. 3) El individuo posee un conocimiento detallado sobre las consecuencias de

cada opción o estrategia, al punto de poder asignar una distribución de probabilidad conjunta a todos los posibles eventos futuros. 4) La persona optará por la alternativa o estrategia que maximice el valor esperado de su propia función de utilidad.

1.1.7 Sesgos cognitivos

Es la orientación o dirección donde se dirige una situación o asunto.

Thaler (2000) los sesgos logran filtrarse en predicciones acerca del futuro de la Economía (o de cualquier otra cuestión). 1. Optimismo. Actitud positiva sobre el futuro deseado. 2. Confianza excesiva. Referido a que los individuos se sienten mejores más de lo que realmente lo son, induce al error. 3. El efecto del falso consenso. Hay una tendencia suponer que los demás son similares a uno, incluso existe pruebas de lo contrario. 4. La maldición del conocimiento. Se cree si conoce algo, es factible imaginar que lo demás es obvio, cuando realmente otros están ocupados en un material totalmente diferente, los hallazgos pueden influenciar mi pensamiento.

Sunstein y Thaler (2006) en el paternalismo libertario basado en un enfoque que las personas conserven la libertad de elegir, así mismo fomenta que las organizaciones privadas y públicas puedan guiar las decisiones que beneficien el bienestar. Solo sería viable cuando las instituciones ofrezcan planes y opciones convencionales. La información basada en evidencia empírica, implica que las preferencias de las personas son inestables e incorrectas, hasta cierto punto muy incierto.

Robbins y Judge (2009) la TDC referido al proceso real de elegir entre diferentes opciones. Puede seguir diferentes enfoques: Modelo racional de TD, donde debe maximizar un resultado específico; Racional limitado: Implica tomar decisiones mediante la creación de modelos simplificados que capturan los aspectos más importantes de los problemas, sin tener en cuenta toda su complejidad. TD intuitivas: proceso automático y no consciente que surge de la experiencia acumulada y depurada a lo largo del tiempo.

En las decisiones basadas en intuición pueden intervenir heurísticas y sesgos.

A. Heurísticas y sesgos

Para (Kahneman, 2011) los sesgos cognitivos (SC) es una inclinación de efecto halo, que nos hace más fácil anticipar, reconocer y entender. Frecuentemente implica un pensamiento consciente y estructurado, pero no es la forma predominante ni habitual en la que nuestra mente opera. La mayoría de nuestras percepciones y reflexiones surgen en nuestra conciencia sin que sepamos exactamente cómo. No podemos determinar el proceso que nos lleva a darnos cuenta de que hay una lámpara en el escritorio frente a nosotros, o cómo percibimos un tono de molestia en la voz de nuestra esposa al teléfono, o incluso cómo reaccionamos para evitar un peligro en la carretera. antes de ser conscientes de su presencia. Por lo tanto, el trabajo mental subconsciente que produce impresiones, intuiciones y numerosas decisiones. sin menoscabar la inteligencia humana.

Para García et al. (2022) los sesgos cognitivos (SC) se refieren a los momentos en los que los seres humanos llevan a cabo procesos mentales que pueden ser inexactos, distorsionados o basados en información errónea al intentar comprender la realidad o hacer juicios.

Para Thaler (2018) la heurística es el conjunto de métodos o técnicas para resolver un problema o situación; estudio del juicio humano.

Kahneman (2011) heurística afectiva, en la que los juicios y las decisiones son directamente regidos por sentimientos de agrado y desagrado con escasa deliberación o razonamiento, y la confianza en la heurística genera un sesgo predecible en los juicios, dado que estos se dan como manifestaciones de la heurística de juicio.

1.1.8 Toma de decisiones conductuales - TDC

Un modelo diferente de toma de decisiones, teoría que sustentó el trabajo

Robbins y Judge (2013) en la toma de decisiones conductuales o comportamentales (TDC) de las organizaciones, se entiende que las personas cometen errores al hacerlo además que surjan distorsiones en la percepción que

pueden influir en el análisis y los resultados, existen tres enfoques para tomar decisiones:

1. Modelo racional de toma de decisiones: Se considera que la mejor manera de tomar decisiones es de manera racional, siguiendo un conjunto de suposiciones que incluyen tener información completa, opciones evaluar de manera imparcial y elegir la opción que maximice la utilidad. Sin embargo, en la realidad, esto no siempre es aplicable.

2. Racionalidad acotada: La mayoría de las personas tiende a simplificar problemas complejos para comprenderlos mejor, dada la limitada capacidad de procesamiento de información, es difícil igualmente y comprender toda la información necesaria para optimizar las decisiones. Por lo tanto, las personas tienden a buscar soluciones satisfactorias y suficientes dentro de los límites de su comprensión, utilizando modelos simples que destacan las características esenciales del problema.

3. Intuición: Este enfoque es quizás el menos racional y se basa en la intuición, la T/D intuitiva es un proceso subconsciente que se desarrolla a partir de la experiencia acumulada y refinada. Se caracteriza por ser fuera del pensamiento consciente, basarse en conexiones holísticas entre diferentes fragmentos de información y ser rápido y emocional, relacionado con las emociones.

Kahneman (2011) en la toma de decisiones conductuales (TDC) interviene dos sistemas 1 y 2; el sistema 1 - opera de manera automática y emocional, da lugar a expresiones espontáneas e impulsos; se caracteriza por un pensamiento rápido, ejecuta acciones habituales; procesa información intuitiva con facilidad; a veces se le atribuye una reputación negativa por su propensión a errores y sesgos, pero también, es la fuente de habilidades destacadas. El sistema 2 - este sistema implica pensamientos más lentos y deliberados, formula juicios, toma decisiones pensadas, racionaliza las ideas generadas por el sistema 1, opera con mayor conciencia y control, como se muestra en la figura 7.

Figura 7

Escogencia humana

	Percepción	Intuición (sistema 1)	Razonamiento (sistema 2)
Proceso	Veloz Paralelo Automático No requiere esfuerzo Asociativo Lento aprendizaje		Lento Serial Controlado Intensivo en esfuerzo Governado por reglas Flexible
Contenido	Percepciones Estimación común Limitado a estímulos		Representaciones conceptuales El pasado, el presente y el futuro pueden ser evocados mediante el lenguaje

Nota. Elaborado en base a Sistema 1 y 2, Kahneman (2002)

Santiago y Cante (2009) las personas suelen decidir a partir de intuiciones (basadas en impresiones) y no tanto por medio de juicios que resulten de una escogencia racional engorrosa y deliberada. En resumen, las impresiones surgen de la interacción entre el sistema perceptivo y las operaciones intuitivas del Sistema 1 en una persona. Los juicios intuitivos son un reflejo directo de estas impresiones. Esta observación proporciona información sobre ciertos aspectos de cómo las personas toman decisiones.

Base teórica que complementa los sesgos de la toma de decisiones conductuales se tiene a Sunstein y Thaler (2017) la toma de decisiones conductuales (TDC) identifica heurísticas y sesgos cognitivos sistemáticos que influyen en las decisiones, tales como:

- La forma de pensar: Como pensamos: el funcionamiento del cerebro nos ayuda a comprender dos sistemas (1) contradictorios entre sí; llamados tipos de pensamiento o sistema 1 - automático y 2 - reflexivo; el primero más intuitivo, rápido e instintivo, inconsciente, no controlado, asociadas a las zonas más antiguas del cerebro el mismo que no implica pensar; el segundo premeditado, autoconsciente, controlado, laborioso, deductivo, lento.

- Reglas básicas, pueden ser muy útiles, pero también pueden inducir al error, puesto que cambia el sentido original; entre ello tenemos a: Anclaje (2) – se ajusta a la dirección que se considera apropiada, predisposición a decidir bajo una referencia preestablecida que e influye en ¿Cómo valoras en la vida?, puede tener

influencia de situaciones previas - predisposición a decidir según en casos semejantes, con prejuicios, ideas de la mayorías o percepciones aparentemente similares;

- Disponibilidad (3) - evalúa la probabilidad de riesgo según la facilidad que le viene a la mente un suceso similar, es más fácil recordarlo.

- Representatividad (4) - probabilidad de que A pertenezca a la categoría B, puede causar graves distorsiones en la percepción de pautas en la vida cotidiana.

- Optimismo ilusorio y/o exceso de confianza (5) – referido a la tendencia de sobrevalorar las propias probabilidades de éxito en una tarea; implica la percepción de estar constantemente encima del promedio.

- Ganancias o pérdidas - aversión al riesgo (6) - inclinación a sobrevalorar las pérdidas y minimizar las ganancias, así “es dos veces mayor la desgracia de perder algo que la alegría de ganar eso mismo”.

- Status Quo (7) – tendencia general a aferrarse a una situación actual, que a veces siguen un orden que de cambiarlo generaría inconvenientes.

- Enmarcado o framing - un nudge (8) - que hace la diferencia, “la forma en como se dice, cambia el resultado”, donde la situación influye en la decisión que adoptan los individuos, planteando un impacto significativo en la elección.

Bechara y Damasio (2005) la toma de decisiones es un proceso que está influenciado por las señales marcadoras que surgen en los procesos bio-reguladores, incluidos los que se expresan en emociones y sentimientos; pueden ocurrir en múltiples niveles de operación, los cuales podrían ser conscientes o de manera no consciente., la evidencia emergente de neurociencia sugiere que la toma de decisiones no es racional y depende de un procesamiento emocional previo y preciso.

1.2 Antecedentes

La literatura revisada sugirió que las emociones desempeñan un papel crucial en la toma de decisiones, influenciando no solo las elecciones racionales, sino también los comportamientos, así mismo investigaciones previas han examinado diversas teorías, desde la teoría de la dualidad de procesamiento propuesto por Daniel Kahneman hasta modelos específicos que exploran la influencia de emociones (como el miedo, la felicidad y sesgos cognitivos de disponibilidad, representatividad, aversión a las pérdidas entre otros) en decisiones financieras y éticas. Sin embargo, existe una brecha significativa en la comprensión de cómo los factores emocionales modelan las decisiones concretas de estudiantes de administración donde la capacidad de tomar decisiones efectivas es esencial.

1.2.1 Internacionales

A finales del siglo XV e inicios del XVI las decisiones se consideraban como parte de la economía dando mayor interés al “homo economicus” que luego sería considerada como una disciplina autónoma (Smith, 1794), apoyada por la expansión económica de los años 50’ y cambios tecnológicos de los 60’ se apertura a la diversificación empresarial que generan nuevos sistemas de toma de decisiones, por los 70’, Kahneman y Tversky (1971), experimentan que los juicios decisionales son más intuitivos y no más simples que los racionales, donde intervienen heurísticas y sesgos cognitivos que explican el porqué de errores decisionales, incorporan elementos de estudios psicológicos en el ámbito de la economía; concluyendo que las decisiones reciben influencias psicológicas y no son totalmente racionales.

Manes (2011) encuentra que los seres humanos a menudo no toman decisiones económicas equilibrando racionalmente el riesgo y la recompensa, puesto que las decisiones se dan con una racionalidad limitada, influenciadas por el contexto, los sesgos cognitivos y las emociones.

Kahneman y Tversky (1987) marcaron un hito en la comprensión de cómo las heurísticas y los sesgos cognitivos afectan la toma de decisiones humanas, su trabajo ha influido significativamente en la psicología, la economía y otras disciplinas, contribuyendo a una visión más realista y completa de la cognición

humana. con sus experimentos dan fe que las personas tienen juicios sesgados, y están propensos al error, teniendo como base la teoría de la cognición humana.

Thaler (2018) ha desafiado la noción tradicional del comportamiento humano basado en que las personas optimizan sus resultados, es y siempre ha sido inverosímil dado que no considera la complejidad del problema y se cree que lo están “resolviendo”; en lugar de eso propone que las personas crean atajos mentales y heurísticas en su toma de decisión aparentando ir en contra de la lógica de optimización, destacando la importancia de la psicología y la irracionalidad en la toma de decisiones humanas.

De acuerdo al paternalismo libertario de Sunstein y Thaler (2006) el propósito es diseñar medios políticos aplicado al sector público y acrecentar la elección libre de los agentes de decisión a fin de mejorar los escenarios de toma de decisiones eficientes.

Así mismo Esguerra (2016) la economía conductual viene siendo una disciplina reconocida, organizada alrededor de limitaciones de la economía clásica, donde elementos de psicología cognoscitiva, diversidad de enfoques, paradigmas y lenguajes, que pueden dificultar la comprensión o el debate epistemológico en la psicología.

Para Muñoz et al. (2019) las decisiones según el comportamiento o Behavioral Economics (BE) enriquece y aportan nuevas perspectivas a las discrepancias que se presentan en la teoría económica, lográndose mediante la exploración de cómo el comportamiento individual influye en las decisiones económicas. Este enfoque amplía la comprensión tanto en términos conceptuales como metodológicos sobre cómo las personas toman decisiones, lo que tiene relevancia en el ámbito académico y en el diseño de políticas públicas.

Según Abellán y Jimenez (2020) la economía tradicional es incompleta, puesto que impide la evidencia de que la racionalidad humana es limitada y falible; la falta de autocontrol sería el resultado de la preeminencia de un sistema de pensamiento automático que tiende a fallar ante estímulos, provocando reacciones, sobre otro sistema reflexivo. Tal es el caso de compras viscerales donde la EC se preocupa de aspecto externos e internos.

Para Montgomery (2014) la relación entre la economía conductual y los procesos de toma de decisiones según el comportamiento del consumidor, muestran la utilidad conceptual para evaluar innumerables situaciones donde ambas teorías se complementan.

Así mismo para Michelini et al. (2016) las decisiones son adaptativas cuando los procesos emocionales se integran a la actividad cognitiva, el sistema afectivo prima sobre el control cognitivo en los jóvenes y esta se relaciona con la toma de decisiones en función de la gratificación inmediata, sin considerar posibles consecuencias futuras.

Así mismo Hens y Meier (2016) el cerebro no evolucionó para abordar decisiones financieras o enfrentar decisiones complicadas, solo en el último milenio que hemos comenzado a aplicar y perfeccionar nuestra capacidad cerebral para estas elecciones económicas; por lo que, no resulta sorprendente que tanto los inversores expertos como los entusiastas a menudo se aparten consistentemente de un enfoque racional en la toma de decisiones hacia otro que no lo es.

Para Duque et al. (2017) en función del género y el estímulo emocional, se observará que las mujeres que fueron expuestas a estímulos positivos tomaron decisiones más acertadas y obtuvieron mejores resultados en comparación con las mujeres expuestas a estímulos negativos. Estas últimas se vieron influenciadas por su sensibilidad a los estímulos negativos, lo que las llevó a tomar decisiones significativamente menos favorables, a diferencia de los varones que los resultados fueron a la inversa.

Para Bedregal (2010) la investigación muestra la importancia de las emociones en la toma de decisiones, frente a dilemas, juicios, acción en general y ética en particular; las que consideran a las emociones como determinantes de las decisiones, así como también sería el sexo, edad, puesto de trabajo entre otras; el efecto de las emociones positivas (alegría) aumentarían el acceso de información haciendo a la persona más efectiva en el conocimiento tácito y reconociendo fácilmente dilemas sociales y morales; mientras que las emociones negativas (temor) reduciría la efectividad.

Para Carangui et al. (2017) el comportamiento económico de una persona es dominado por sus intereses y su ego individual, planifican la disponibilidad de sus recursos enfocados en su bienestar; sin embargo la teoría comportamental establece que, los aspectos psicológicos del individuo (comportamentales, cognitivos o emocionales) impactan en la toma de decisiones financieras disminuyendo su capacidad para realizar juicios críticos, donde las decisiones financieras no son plenamente racionales y son influenciadas por contextos emocionales, culturales, entorno entre otros.

Por su parte Sarmiento y Ríos (2017) señalan que en ocasiones, las emociones y sentimientos pueden llevar a equívocos en el proceso de pensamiento, no obstante, la ausencia de emociones en el razonamiento puede conducir a errores y repercusiones más graves, basamos nuestras decisiones en nuestras propias experiencias o las de otros y las emociones nos motivan a actuar, a evitar o acercarnos a algo, además, en algunos casos, tomamos decisiones de manera intuitiva y actuamos incluso antes de ser conscientes de ello.

Kim y Nofsinger (2008) que los asiáticos sufren de sesgos cognitivos en un nivel diferente que las personas de otras culturas; las personas no siempre son racionales y, por lo tanto, su toma de decisiones financieras puede ser total o parcialmente impulsadas por sesgos de comportamiento, así mismo las personas tienen creencias o preferencias que no cumplen con los axiomas tradicionales de los que toman decisiones racionales.

Thaler (2018) la EC encontró resistencia entre economistas que preferían mantener el modelo neoclásico que ignora a la psicología, su ensayo muestra el rechazo de esa teoría; el nuevo enfoque debería incluye dos tipos de teorías: modelos normativos que caractericen la solución óptima de problemas específicos y modelos descriptivos que capten el comportamiento humano real.

También Rampello (2018) existen herramientas formales que nos ayudan a decidir, pero estas herramientas se ven afectadas por los sesgos de nuestra mente; por tanto la información previa con la que contamos a la hora de decidir nos ayuda a resolver situaciones, pero el que decide no puede tener la certeza absoluta, ya que nuestro cerebro puede distorsionar la información; la idea no es eliminar la intuición humana sino aumentar su poder eliminando los sesgos perniciosos, los

instintos deben ser incorporados en el proceso de toma de decisiones; pero deben ser sujetos a un análisis para eliminar los prejuicios que nos impiden la percepción de la realidad.

Bechara y Damásio (2005) la toma de decisiones sensatas y racionales, depende del procesamiento emocional preciso previo, la idea clave de esta hipótesis es que la toma de decisiones es un proceso que está influenciado por señales de marcadores que surgen en los procesos de bioregulación, incluidos los que se expresan en emociones y sentimientos.

Kahneman y Tversky (1987) en la heurística se encuentra la explicación de cuando una persona no evalúa como un proceso racional las distintas alternativas para la toma de decisiones; por la facilidad, las personas toman las decisiones basadas en aproximaciones.

En este entender las emociones como elementos intrínsecos de los seres humanos, se perfilan como fuerzas poderosas que moldean elecciones y comportamientos; específicamente en el contexto de estudiantes de administración la comprensión de cómo las emociones influyen en las decisiones de este grupo demográfico no solo enriquece la teoría académica, sino que también tiene implicaciones prácticas en la formación de líderes y profesionales del ámbito empresarial.

1.2.2 Nacionales

Guerra (2018) la teoría neoclásica en economía, planteo el supuesto de la competencia perfecta, donde el consumidor es racional - maximiza su bienestar y las decisiones que toma, siempre son racionales; pero a inicios del siglo XXI mediante estudios de economía conductual y los avances en neurociencia, los libros de microeconomía están incorporando nuevos conceptos como la intervención de las emociones en la toma de decisiones.

Por su parte Ruiz (2020) comenta que el objeto de la EC o TDC se centra en entender cómo el actuar psicológico influye en cuestiones financieras y que las decisiones económicas se ven influenciadas por las emociones. comportamientos económicos que no corresponden a ningún tipo de racionalidad.

Del mismo modo Fernández et al. (2017) fundamentan que los humanos participantes de la economía, justifican sus decisiones en aspectos psicológicos más que los supuestos racionales de la teoría económica. El hombre ha sido un ser imperfecto que trata de superarse en cada momento, sin embargo, inconscientemente se aleja de la realidad y la objetividad en sus decisiones, influenciado conscientemente o no por sus sentimientos y deseos.

En este sentido Cairo (2018) utiliza principios y pruebas de la psicología para ampliar la comprensión de cómo se toman las decisiones, examinando las razones detrás de las elecciones usualmente poco acertadas que hacen las personas.

Para Useche (2015) teorías posteriores a la economía tradicional proponen diferentes enfoques que consideran los aspectos propios de los humanos, como emociones, factores psicológicos, entorno y subjetividad en los juicios, que es innegable reconocer la influencia en las decisiones sobre finanzas, surgiendo así las finanzas comportamentales.

Así mismo Márquez y Gaeta (2018) el control emocional repercute en la toma de decisiones, además de la conciencia emocional y las relaciones interpersonales, competencias fundamentales en el proceso de razonamiento y la eficiencia de los procesos de aprendizaje; por ello es importante considerarlo en el desarrollo de competencias emocionales del alumnado, coordinando con padres de familia, ya que al ser conscientes de sus emociones se vuelven responsables de sus decisiones para aceptar y afrontar retos de la vida y prevenir riesgos.

Para García (2016) cuando el organismo activa los planes de acción se establecen procesos similares a los de la motivación. A pesar de esto, sostiene que la manifestación de emociones es más arraigada y elemental que el comportamiento basado en la razón.

Así Sarmiento (2018) afirma que anteriormente las decisiones eran meramente racionales, dejando de lado a la emoción como algo no importante pero ahora las decisiones son apoyadas por la psicología, la neurociencia cognitiva y especialmente en la neuropsicología, donde las emociones forman parte de las bases primarias para tomar decisiones de manera eficiente o exitosa.

En sus resultados Garay (2015) se puede observar una conexión evidente entre las emociones y su impacto positivo en el bienestar económico y la satisfacción, las personas que experimentan emociones positivas tienden a optar por la paciencia y la espera en sus decisiones financieras, lo que contribuye a su felicidad en términos económicos con el pasar del tiempo.

Para Gómez y Manrique (2019) la intuición en el proceso de decisión se considera como una habilidad susceptible de ser moldeada y enseñada, así mismo puede ser reconocida como información válida, siempre y cuando examinamos los componentes que la componen y nos aseguramos de que los atajos mentales (heurísticos) utilizados sean razonablemente eficientes, además busca que los procesos intuitivos y los resultados de las personas sean más efectivos y basados en una lógica adaptativa.

1.2.3 Locales

Pocos son los estudios realizados analizando la toma de decisiones conductuales en la zona y que estén relacionados a las variables en cuestión, ante ello:

Urbano (2018) la toma de decisiones es fundamental para la vida futura de los estudiantes y la ausencia de este llevaría al fracaso de muchos adolescentes en el Perú, así mismo Zirena (2019) concluyó que solo el 31.9% de estudiantes universitarios toman decisiones netamente racionales, el 38% de ellos adoptan decisiones emocionales.

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Para el trabajo se presenta el problema, la justificación, los objetivos y las hipótesis de investigación de la siguiente manera:

2.1 Identificación del problema

El problema resalta la necesidad urgente de una investigación integral y multidisciplinaria que aborde las lagunas en nuestro entendimiento sobre los factores emocionales y su impacto en la toma de decisiones conductuales; tal como muestra en:

- Kahneman (2011) producto de estudios realizados en instituciones académicas en Estados Unidos, en más de 10 años, observa que las emociones sesgan las percepciones y juicios de las personas, aun así es incomprensible cómo se lleva a cabo y cómo poder mermar el impacto en las decisiones genera la necesidad de estudiarlo.

- Antonio Damasio, en su obra "El error de Descartes", destaca la importancia de las emociones en la toma de decisiones racionales, pero aún queda por investigar cómo se combinan y afectan mutuamente estos procesos en diferentes contextos decisionales, bajo supuestos de la existencia de sistemas neurales distintos para emoción y razón, adicional a ello demuestra que ciertas emociones puedan causar estragos en el proceso de decisión o de razonamiento.

- El estudio de Castro et al. (2021) concluyen que en la actualidad es muy importante tener la capacidad de atender a las emociones y aceptarlas para que los estudiantes universitarios gocen de una buena salud mental en su formación y por ende tener satisfacción con la vida, afectado por las decisiones que adoptan.

- El estudio muestra la importancia de la responsabilidad y el neuroticismo, así como la capacidad de atender a las emociones y aceptarlas para el bienestar del estudiante, durante su proceso formativo.

- Barbara L. Fredrickson han sugerido que las emociones positivas pueden tener efectos duraderos en el bienestar y el comportamiento, pero se necesita más investigación longitudinal para comprender completamente estos efectos.

- Se destaca también la brecha en el conocimiento actual y la necesidad de comprender mejor de cómo las emociones afectan las decisiones; considerando, que las decisiones conductuales involucra la interacción de diversos factores como la psicología, la economía, la sociología y la neurociencia, entre los cuales los elementos emocionales desempeñan un papel crucial en las decisiones cotidianas, lo que permite proporcionar insights valiosos para mejorar la toma de decisiones; así contribuir al desarrollo de intervenciones y estrategias que las mejoren.

Teniendo en consideración que vivimos tomando decisiones, conscientes o no elegimos de una alternativa y a veces lo hacemos hasta casi automáticamente; suponiendo que maximizan la utilidad analizando la relación costo/beneficio; sin embargo la realidad nos demuestra que no siempre se cumple esta relación; así Bechara y Damasio (2005) explican que las decisiones son productos de experiencias previas, donde la racionalidad no necesariamente determina una buena decisión. Kahneman (2011) el premio nobel de economía 2002, indica que la toma de decisiones es más compleja, existe un conflicto entre las emociones y la razón; así mismo Thaler (2018) el premio nobel de economía 2017, lo define como Behavioral finance o economía conductual donde las decisiones reciben la influencia de experiencias, factores psicológicos, sesgos cognitivos, situaciones sociales susceptibles a cambios del entorno y la emoción del momento. Es más, la ausencia de emociones puede causar la incapacidad o anular el raciocinio Robbins y Judge (2013), en este sentido Urbano (2018) la toma de decisiones es fundamental para la vida futura de los estudiantes y la ausencia de este llevaría al fracaso de muchos adolescentes en el Perú y Zirena (2019) concluyó que solo el 31.9% de estudiantes universitarios toman decisiones netamente racionales, el 38% de ellos adoptan decisiones emocionales, y esta realidad sobre la toma de decisiones conductuales, generó la necesidad de realizar el estudio a fin de comprender la trascendencia que tiene tomar decisiones conscientes, por consiguiente se planteó los problemas siguientes:

2.2 Enunciados del problema

2.2.1 Problema general

- ¿Cómo los factores emocionales influyen en la toma de decisiones conductuales de estudiantes de administración de universidades nacionales de la Región de Puno?

2.2.2 Problemas específicos

- ¿De qué manera la especificidad de las emociones influye en la toma de decisiones racionales en estudiantes de administración de Puno?
- ¿De qué manera la intensidad de las emociones influye en la racionalidad acotada de la toma de decisiones de los estudiantes de administración de Puno?
- ¿De qué manera la temporalidad de las emociones, estimulan las decisiones intuitivas de estudiantes de administración de Puno?

2.3 Justificación

La investigación sobre factores emocionales y toma de decisiones conductuales en estudiantes de administración emergió como una necesidad crucial en el entendimiento de las dinámicas subyacentes que influyen en la formación de futuros líderes y profesionales del ámbito empresarial, capaces de enfrentar los desafíos y liderar con eficacia un entorno que se encuentra en constante cambio, entendiendo así:

Económicamente: el mundo empresarial se caracteriza por la rápida evolución e incertidumbre al que los estudiantes están expuestos lo que obliga que sus decisiones sean lo más acertadas posibles puesto que contribuirá a moldear una cultura organizacional innovadora y determinará el comportamiento organizacional adecuado de sus empresas, cambiando así el rumbo de la región y por ende del país.

Considerando que la población en estudio se encuentra en una etapa de preparación es importante que desarrollen habilidades de liderazgo en toma de decisiones, conscientes sobre la racionalidad o no de sus elecciones; fundamentar estos conocimientos, permite evaluar, diagnosticar y prever algunas situaciones más complejas en su vida profesional, mejorando las probabilidades para elegir la mejor opción o hacer que las situaciones sean más controlables e informadas.

Dado que el estudio contribuye al entendimiento de cómo los factores psicológicos y sociales influyen en el comportamiento económico, se proporciona información valiosa de como las emociones afectan a las decisiones, financieras, estratégicas y éticas en el contexto de jóvenes estudiantes de administración, que tienen el desafío de ser profesionales mejor preparados, equipados con habilidades más sólidas

para tomar decisiones apropiadas en diversas situaciones, contribuyendo así al éxito sostenible de las organizaciones; donde ellos son los responsables de generar su propio desarrollo y contribuir al desarrollo social de un entorno y del país, pero aprovechando los conocimientos de la economía conductual.

2.4 Objetivos

El propósito u objeto de la investigación fue:

2.4.1 Objetivo general

- Analizar la influencia de los factores emocionales en la toma de decisiones conductuales de los estudiantes de administración de universidades nacionales de la Región de Puno.

2.4.2 Objetivos específicos

- Determinar la especificidad de las emociones y la influencia en la toma de decisiones racionales de los estudiantes de administración de Puno.
- Identificar como la intensidad de las emociones influyen en la racionalidad acotada de la toma de decisiones de estudiantes de administración de Puno.
- Definir como la temporalidad de duración de las emociones, estimulan las decisiones intuitivas de los estudiantes de administración de Puno.

2.5 Hipótesis

2.5.1 Hipótesis general

- Los factores emocionales influyen directamente en la toma de decisiones conductuales de los estudiantes de administración de Universidades Nacionales de la Región de Puno.

2.5.2 Hipótesis específicas

- La especificidad de las emociones influye considerablemente en la toma de decisiones racionales de estudiantes de administración de Puno.



- La intensidad de las emociones influye considerablemente en la racionalidad acotada de la toma de decisiones de los estudiantes de administración de Puno.
- La temporalidad de las emociones estimula significativamente en las decisiones intuitivas de los estudiantes de administración de Puno.

CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 Lugar de estudio

El estudio se desarrolló en la Región de Puno, al sudeste de Perú, Puno, limita con Tacna, Bolivia, Moquegua, Cuzco, Arequipa y Madre de Dios, se encuentra a diferentes altitudes en el altiplano, en cuanto a la educación universitaria, Puno cuenta con dos universidades nacionales autorizadas por la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria (SUNEDU): la Universidad Nacional del Altiplano Puno (UNAP) se divide en tres áreas: biomédicas, ingenierías y sociales; alberga a 19 facultades y 36 programas de pregrado, dentro de ellas, la E. P. de Administración acreditada por el Sistema Nacional de Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa (SINEACE); y la Universidad Nacional de Juliaca (UNAJ) con 3 facultades y 10 Escuelas profesionales; el estudio se enfocó en el programa de Administración de pregrado, dado que por su formación son los llamados a tomar decisiones económicas para el desarrollo personal y social del entorno.

3.2 Población

La población de interés está compuesta por estudiantes matriculados en el año académico 2023 – I de la E. P. de Administración de la Universidad Nacional del Altiplano Puno, quienes en su totalidad suman 625 alumnos, de los cuales el 45 % son varones y 55% mujeres, tal como se especifica en la tabla 2.

Tabla 2

Población de estudiantes de Administración distribuido en genero 2023-I

Ciclo	Masculino	% Masculino	Femenino	% Femenino	Total
I	22	39	34	61	56
II	33	52	31	48	64
III	38	45	46	55	84
IV	51	42	70	58	121
V	13	57	10	43	23
VI	13	32	28	68	41
VII	11	52	10	48	21
VIII	29	44	37	56	66
IX	33	43	43	57	76
X	38	52	35	48	73
TOTAL	281	45	344	55	625

Nota. Elaborado en base a la relación de estudiantes matriculados 2023-I EPA

3.3 Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó el muestreo probabilístico estratificado (MPE) puesto que se cuenta con sub grupos de estudio del I al X ciclo de la E.P. de Administración, de manera que cada elemento tuvo las mismas probabilidades de ser incluido (Hernández y Mendoza, 2019); así mismo la fórmula que se utilizó para determinar la muestra fue para poblaciones finitas (Lind et al., 2012, p.267) siendo la siguiente:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Fórmula 1. *Muestra – MPE*

Se entiende:

N = Población Total (625 alumnos)

n = Muestra estratificada

Z = Nivel de confianza (1.96)

p = Probabilidad de éxito (0.5)

q = Probabilidad de fracaso (0.5)

e = Precisión (error máximo permisible en proporción (0.05) o 5%)

Reemplazando los datos en la muestra estratificada probabilística:

$$n = \frac{625 * (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (625 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \mathbf{239}$$

Por lo tanto de los 625 alumnos de la E.P. de Administración, se obtuvo el número de unidades muestrales distribuidos por cada ciclo; una muestra de 239 alumnos que representa el 38.24% de probabilidad de elección; considerando la misma probabilidad de elección por cada ciclo se obtuvo una muestra específica que va del 37.5% a 39.13% de ser elegido; para el caso se aplicaron 284 cuestionarios, de los cuales se eliminó algunos ítems, siendo seleccionados de manera aleatoria con ayuda del estadístico SPSS versión 25, hasta llegar a la cantidad de muestra requerida, como se presenta en la tabla 3.

Tabla 3*Muestra estratificada por ciclo de estudios 2023 – I*

Ciclo	Nº Estudiantes	Muestra	Probabilidad
I	56	21	37.50%
II	64	25	39.06%
III	84	32	38.10%
IV	121	46	38.02%
V	23	9	39.13%
VI	41	16	39.02%
VII	21	8	38.10%
VIII	66	25	37.88%
IX	76	29	38.16%
X	73	28	38.36%
Total	625	239	38.24%

Nota. Elaborado en base a la relación de estudiantes matriculados 2023-I EPA

3.4 Método de investigación

3.4.1 Alcance de la investigación

Hernández-Sampieri, R., Mendoza (2018) consideran el alcance en vez del tipo o clasificación de la investigación; siendo este de causalidad, definido como: exploratoria, descriptiva, correlacional y explicativa ya que constituyen un continuo de causalidad; la metodología aplicada en el caso, alcanza a una investigación explicativa; por ende es exploratorio.- porque se trata de un tema poco estudiado y de limitado conocimiento (Naranjo, 2015) lo que permitió incrementar información relevante sobre el mismo, ampliando la complejidad del estudio. Descriptivo porque considera características de la unidad de análisis y evalúa su conducta, para establecer formas de comportamientos (Naranjo, 2015). Y es correlacional ya que la finalidad es conocer la relación que existe entre las variables intervinientes del estudio, asociándolas entre sí y, explicativa puesto que se desea establecer la relación de causa entre las variables intervinientes (Hernández et al., 2014).

Por otro lado, aplica el razonamiento hipotético-deductivo de Popper dado que, parte de las premisas verdaderas se validan empíricamente a través la prueba decisiva para llegar a una conclusión (Dávila, 2006).

3.4.2 Diseño de investigación

La perspectiva de investigación no experimental causal se enfocó en examinar la relación entre las variables en un momento específico, con el fin de generar nuevas teorías sobre decisiones conductuales.

3.4.3 Fuentes de información

La técnica utilizada fue la encuesta adecuada para investigaciones no experimentales, de tipo transversal, descriptivas, correlacionales, la recopilación de datos escritos con el propósito de estudiar hechos específicos, opiniones de un grupo, población o unidad de análisis (Hernández, *et al.*, 2014); la fuente utilizada es primaria a fin de explicar las variables de estudio, obteniendo datos de carácter cuantitativo.

3.5 Descripción detallada de métodos por objetivos específicos

Se muestra la descripción de los métodos por objetivos específicos en relación con las variables que ofrece una comprensión profunda de como las emociones influyen en las decisiones conductuales; para ello se desarrollaron encuestas de autopercepción, escenarios de decisión controlada y pruebas de intuición de razonamiento rápido.

En la tabla 4, se muestra la descripción de los métodos según los objetivos.

Tabla 4

Descripción de métodos por objetivos

Objetivo	Método	Estadística	Preguntas	Alternativas	Valores		
1. Determinar la especificidad de las emociones y la influencia en la toma de decisiones racionales de los estudiantes de administración de Puno	Enfoque: Cuantitativo; Método Deductivo Diseño no experimental Alcance: Explicativo	Estadística descriptiva, Análisis estadístico inferencial Prueba de Kruskal – Wallis	7	Amor	Alegría	1	2
				Sorpresa	Rabia	3	4
				Tristeza	Miedo	5	6
				TD Racionales	3		
2. Identificar como la intensidad de las emociones influyen en la racionalidad acotada de la toma de decisiones de los estudiantes de administración de Puno	Enfoque: Cuantitativo; Método Deductivo Diseño no experimental Alcance: Explicativo	Estadística descriptiva, Análisis estadístico inferencial Prueba de Kruskal – Wallis	18	Nada	Poco	1	2
				Moderada	Bastante	3	4
				Demasiado			5
				TD Racionales	2		
				TD Acotadas			
3. Definir como la temporalidad de duración de las emociones, estimulan las decisiones intuitivas (emotivas) de los estudiantes de administración de Puno	Enfoque: Cuantitativo; Método Deductivo Diseño no experimental Alcance: relacional	Estadística descriptiva, Análisis estadístico inferencial Prueba de Kruskal – Wallis	17	Nada	Poco	1	2
				Bastante	Demasiado	3	4
							5
				TD Intuitivas	1		

Los resultados fueron procesados y analizados utilizando el programa IBM SPSS versión 25, incluyendo estadísticas básicas, univariadas y descriptivas tales como la media, mediana, moda, varianza y desviación estándar, así como la aplicación de pruebas como la prueba H de Kruskal-Wallis y la prueba de Kolmogorov - Smirnov para ver la normalidad de los datos.

Para la contrastación de las hipótesis se utilizó:

3.5.1 Prueba de ANOVA de Kruskal-Wallis o H, de Kruskal-Wallis

(Lind, Marchal y Wathen, 2012) introducen la prueba H de Kruskal-Wallis, también conocida como análisis de varianza de una vía por rangos. Esta prueba, de naturaleza no paramétrica, se emplea cuando no se cumplen ciertas suposiciones fundamentales del análisis de varianza, como la necesidad de que los datos sigan una distribución normal de probabilidades o que las desviaciones estándar sean equivalentes. En la literatura, se asigna una fórmula específica al estadístico de prueba de la prueba H de Kruskal-Wallis.

$$H, = \frac{12}{n(n+1)} \sum_{j=1}^k \frac{R_j^2}{n_j} - 3(n+1)$$

Fórmula 2. Prueba estadística de Kruskal - Wallis

Donde:

k	=	Población que determina grados de libertad
$\sum_{j=1}^k R_j$	=	Sumatoria de rangos de muestras 1,2,3,...,k
n_1, n_2, \dots, n_k	=	tamaños respectivos de cada muestra
n	=	Observaciones totales

La distribución del estadístico de prueba H, es muy similar a la distribución ji cuadrada con $k - 1$ grados de libertad.

La técnica en cuestión se utiliza para determinar si es aceptable la hipótesis de que k conjuntos de muestras independientes tienen origen en la misma población o en poblaciones idénticas con la misma mediana. El único requisito es que las distribuciones implícitas de las variables sean continuas y que estas hayan sido evaluadas estén en una escala ordinal.

Suponiendo que n_1, n_2, \dots, n_k representen los tamaños de cada una de las muestras, y n denote el total de observaciones, el procedimiento para calcular el

estadístico de prueba implica ordenar las n observaciones de menor a mayor y asignarles rangos del 1 al n . Luego, se suman los rangos correspondientes a los elementos de cada muestra, obteniendo R_j , y se calcula el rango promedio. Si la hipótesis nula es válida, se espera que el rango promedio sea aproximadamente igual para las k muestras; si estos promedios difieren notablemente, es una señal de que H_0 es incorrecta.

En el caso de que H_0 sea cierta y los tamaños de muestra superen los 5, el estadístico H sigue una distribución aproximada de chi-cuadrado con $k-1$ grados de libertad. La precisión de esta aproximación mejora a medida que se incrementa el número y tamaño de las muestras.

En situaciones de empate, sea de la muestra o de diferentes muestras, poseen el mismo valor y se les asigna un rango idéntico, es necesario ajustar el valor H , mediante el factor de corrección:

$$1 - \frac{\sum_{j=1}^g (t_j^3 - t_j)}{n^3 - n}$$

Fórmula 3. *Factor para casos de empate*

En la fórmula “ g ” son los rangos repetidos mientras que t_i cuantas veces se repite el rango i -ésimo. La inclusión de este factor tiende a aumentar el valor de H .

Realizado el contraste si la hipótesis es nula, es rechazada, según el nivel de confianza es menor a 0.05.

3.5.2 Kolmogorov-Smirnov

Se utilizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov para verificar la normalidad de los datos, y según la significancia $\alpha = ,000c$ sugiere que las variables no cumplen con la condición de normalidad y aplicando el Rho de Spearman se observó que se pierden alguna relación de las variables.

3.5.3 Validación del instrumento

Oviedo y Campo (2005) para cumplir con el objetivo de un instrumento, el proceso de validación debe cumplir con dos componentes: Indicar que la

cuantificación es exacta y mide lo que dice medir en el tiempo, definiéndolo como la validez y confiabilidad respectivamente, lo que certifica la estabilidad, la utilidad y la calidad del instrumento, teniendo una validación formal.

A. Confiabilidad

Oviedo y Campo (2005) existen tres métodos para evaluar la confiabilidad como son: el test - retest, sensibilidad al cambio y **consistencia interna**, para el caso se utilizó este último, el mismo que está conformado por:

Coefficiente Alfa de Cronbach

De Lee J. Cronbach (1951) cuantifica la fiabilidad o consistencia interna, verifica la magnitud de la correlación entre ítems. Se entiende cómo medir la concepción, de cada ítem. Es la más usada por su practicidad, en cuanto a su interpretación, los valores aceptables del coeficiente alfa de Cronbach, mostrándose en la siguiente tabla 5.

Tabla 5

Rangos de medición - Coeficiente alfa de Cronbach

Coeficiente	Escala	Explicación
< 0.70	Escala baja	La consistencia interna de la escala utilizada es baja
0.70 a 0.90	Escala aceptable	Valores mínimo y máximo esperado y aceptable
>0.90	Escala alta	Se consideraría que hay redundancia o duplicación

Nota. Interpretación del alfa de Cronbach, Oviedo y Campos (2005)

Para el caso el coeficiente de alfa de cronbach es de ,851 o 85.1%, por lo tanto, el instrumento es confiable, como se muestra en la tabla 6.

Tabla 6

Alfa de cronbach - Procesamiento de casos – estadísticas de fiabilidad

	Procesamiento de datos		Estadísticas de fiabilidad		
			Alfa de Cronbach	N° elementos	
Casos	Válido	21	100,0	,851	48
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	21	100,0		

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

B. Validez de instrumento por expertos

Galicia et al. (2017) existen tipos de validez de instrumentos, como los de constructo, criterio y contenido, se utiliza una plantilla de cuatro categorías: claridad, coherencia, relevancia y suficiencia; la validez de contenido por juicio de expertos considera la opinión de personas con un expertíz de reconocida cualidad como experto, que pueden dar información, evidencia, juicios y valoración en un tema. En el caso se cuenta con la validación de expertos de 5 Doctores académicos de reconocida transcendencia, expertos en el área, que participaron como jueces y validaron el instrumento, como se muestra en el anexo H.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

Se presenta una síntesis de los principales resultados encontrados en la investigación, producto de la aplicación del instrumento de recolección de datos (anexo 1), mostrando las frecuencias relativas (anexo 2), siendo los siguientes:

4.1.1 Caracterización de la muestra

Se realiza una revisión narrativa para describir las variables genéricas que, según el género se contó con un 62.3% de damas y 37.7% varones; por edad más del 75% tenían entre 18 y 23 años, siendo en menor proporción los menores de 18 y mayores de 23 años; según el ciclo de estudios en que se encuentran se cuenta con más estudiantes en los ciclos II-IV seguido de IX-X, teniendo una menor proporción el grupo de V-VI ciclo, según la procedencia el 58.6% fueron de origen urbano y la diferencia de zona rural; por la actividad realizada el 42.7% solo estudia, y más del 57% se trata de jóvenes que están relacionados a una actividad económica familiar o trabajan y casi una tercera parte de los estudiantes trabajan, tal como se muestran en la tabla 7.

Tabla 7

Caracterización de la muestra por grupos genéricos

1. Genero			2. Edad (Grup)			3. Ciclo (grup)			4. Procedencia			5. Activ. - realiza		
	n	%	Años	n	%	Ciclo	n	%	Origen	n	%	Act.	n	%
Varón	90	37.7	< 18	28	11.7	I - II	47	19.7	Urbana	140	58.6	Estudia	102	42.7
Mujer	149	62.3	18 - 20	73	30.5	III - IV	74	31	Rural	99	41.4	Apoya familiar	65	27.2
Total	239	100	21 - 23	112	46.9	V - VI	29	12.1	Total	239	100	Trabajo	72	30.1
			> 23	26	10.9	VII - VII	37	15.5				Total	23	9
			Total	239	100	IX - X	52	21.8					9	100

A fin de determinar los factores emocionales concomitantes al actuar de los estudiantes se realizó las preguntas del 6 al 11 y para analizar la toma de decisiones conductuales se consideró las interrogantes del 12 al 27, detallándolas a continuación según los objetivos propuestos:

4.1.2 Determinar la especificidad de emociones que influyen en las decisiones racionales

Para analizar la especificidad de las emociones que influyen en la racionalidad de los estudiantes se consideró las preguntas 6,7,12,15,18,19 y 25 y según el nivel de significancia relacionado con las preguntas de caracterización se obtiene lo siguiente:

Para especificar la emoción que los identifica se hizo la pregunta 6. *En este momento ¿Cuál de estas emociones te identifica?*; por el nivel de significancia de 0.2% se relacionó con la procedencia (anexo G) , donde el 54% se siente alegre, siendo estos de zona urbana; seguido de los sorprendidos con 28.5%, en su mayoría de zona rural; continuando con jóvenes que sienten miedo con un 11.3% siendo más jóvenes de zona rural; por lo que se deduce que las personas de zona urbana tienen sentimientos más positivos a diferencia de la zona rural, detallados en la tabla 8.

Tabla 8

Emoción que lo identifica según procedencia

	Emoción	Urbana		Rural		Total	
		n	%	n	%	n	%
6. Emoción que lo identifica	Amor	7	5.0	4	4.0	11	4.6
	Alegría	88	62.9	41	41.4	129	54.0
	Sorpresa	29	20.7	39	39.4	68	28.5
	Rabia	3	2.1	1	1.0	4	1.7
	Tristeza	0	-	0	-	0	-
	Miedo	13	9.3	14	14.1	27	11.3
	Total	140	100.0	99	100.0	239	100.0

Así mismo para identificar la emoción que predomina en ellos se hizo la pregunta: 7. *Normalmente ¿Cuál es la emoción que predomina en ti?*, donde el 66.5% de la muestra es alegre, de ambos sexos y mayormente de zona urbana; el 22.2% son jóvenes que se sienten sorprendidos, continuando con los que sienten miedo en un 6.7%, en estos 2 últimos casos la mayoría son féminas y de zona rural; seguido de las personas que sienten amor un 2.9% y pocos son los que se reconocen con rabia; lo que indica que la emoción que predomina es la alegría en la EPA; como se muestra en la tabla 9.

Tabla 9

Emoción que predomina según género y procedencia

7. Emoción q predomina	1. Género				4. Procedencia				Total	
	Masculino		Femenino		Urbana		Rural			
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Amor	4		3	2.0	4	2.9	3	3.0	7	2.9
Alegría	67	74.4	92	61.7	106	75.7	53	53.5	159	66.5
Sorpresa	18	20.0	35	23.5	21	15.0	32	32.3	53	22.2
Rabia	0	0.0	4	2.7	1	0.7	3	3.0	4	1.7
Tristeza	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Miedo	1	1.1	15	10.1	8	5.7	8	8.1	16	6.7
Total	90	100.0	149	100.0	140	100.0	99	100.0	239	100.0

Según el sesgo Dos sistemas: S1 automático y S2 reflexivo; Al analizar cómo piensa el estudiante de administración se hizo la pregunta 12. *La expresión que mejor te identifica es:* el 60.7% no cree que los perros muerdan, pero mejor no paso por ahí, inclinándose por ser racionales acotados y serían en su mayoría jóvenes que tiene relación a una actividad económica familiar convirtiéndolos más cautelosos al decidir, seguido de un 28 % jóvenes “racionales” S2 al pensar que la mayoría de las mascotas son inofensivas, en especial de aquellos que trabajan aparte de estudiar. Y por último los automáticos S1 en 11.3% que creen que los perros les van a morder, siendo los alumnos que solo estudian en su mayoría, como se muestra en la tabla 10, figura 8.

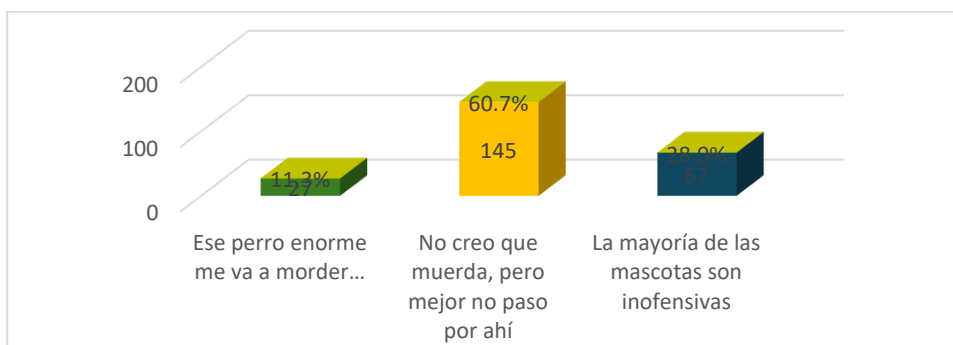
Tabla 10

Sesgo: Como pensamos S1-S2 – A

Sistema 1	Actividad realizada	Solo estudio		Apoyo act. familiar		Trabajo		Total	
		n	%	n	%	n	%	n	%
12. Como pensamos	Ese perro enorme me va a morder...	17	16.7	5	7.7	5	6.9	27	11.3
S1-S2	No creo que muerda, pero mejor no paso por ahí	59	57.8	47	72.3	39	54.2	145	60.7
	La mayoría de las mascotas son inofensivas	26	25.5	13	20.0	28	38.9	67	28.0
	Total	102	100.0	65	100.0	72	100.0	239	100.0

Figura 8

Como pensamos SI-S2 – A



Analizando el sesgo de anclaje y ajuste, se hizo la pregunta: 15. Si la UIT del 2023 es S/ 4950 y cometiste una infracción de tránsito muy grave (como peatón) ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar con descuento por pronto pago?, el 39.7% pagaría S/ 46.92, una decisión racional acotada, el 31.8% pagaría S/ 138 por la infracción una decisión “irracional” motivada por el sesgo y en menor proporción de 28.5% pagaría la multa justa con descuentos de S/ 23.46, según procedencia de la zona rural cuidaría mejor sus finanzas, como se muestra en la tabla 11 y figura 9.

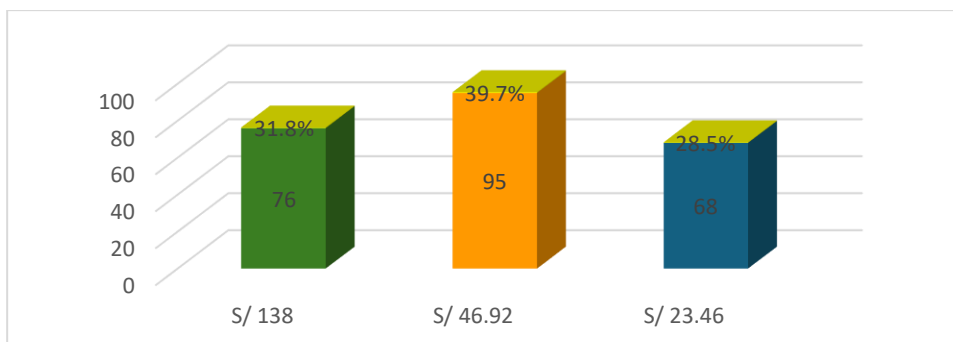
Tabla 11

Regla básica- Anclaje y ajuste - UIT según procedencia

Reglas básicas	Procedencia	Urbana		Rural		Total	
		n	%	n	%	n	%
15. Anclaje y ajuste	S/ 138	51	36.4	25	25.3	76	31.8
UIT	S/ 46.92	59	42.1	36	36.4	95	39.7
	S/ 23.46	30	21.4	38	38.4	68	28.5
	Total	140	100.0	99	100.0	239	100.0

Figura 9

Regla básica- Anclaje y ajuste - UIT



Según el sesgo de representatividad y considerando la probabilidad de ocurrencia por “prejuicio” se hizo la pregunta 18. Un empresario tras acertar en varias decisiones ¿la probabilidad que la siguiente decisión sea acertada es mayor a lo normal?, el 67.4% adopta una decisión cautelosa donde la probabilidad es la misma, teniendo a los de zona urbana con mayor representación, seguido de quienes tienen mayores probabilidades de acierto con 25.1% algo netamente incierto que en su mayoría son de zona rural, y con un 7.5% indicando que la siguiente decisión no tiene mayores probabilidades de acierto, siendo esta última más racional; ya que dependerá de los diferentes contextos, en su mayoría de zona rural, mostrándose en tabla 12 y figura 10.

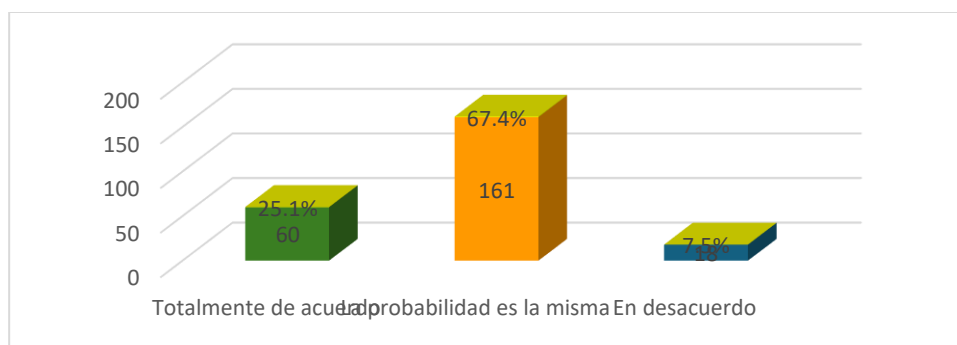
Tabla 12

Representatividad en aciertos según procedencia

Representatividad	Procedencia	Urbana		Rural		Total	
		n	%	n	%	n	%
18. Representatividad	Totalmente de acuerdo	28	20.0	32	32.3	60	25.1
Aciertos	La probabilidad es la misma	104	74.3	57	57.6	161	67.4
	En desacuerdo	8	5.7	10	10.1	18	7.5
	Total	140	100.0	99	100.0	239	100.0

Figura 10

Representatividad en aciertos según procedencia



Muchas veces la representatividad puede distorsionar la realidad, se hizo la pregunta. 19. Anny (sujeto X con algunas características particulares) es una joven inteligente y muy agraciada ¿Cuál será su carácter?, donde el 69% cree que Anny es segura y tranquila – racional acotado donde los de IX-X, V-VI y I-II adoptarían esta decisión; el 28.9% consideró que es alegre y divertida, decisión incierta, siendo los de III-IV quienes pensarían así, y solo el 2.1% considera ser malhumorada y triste que también es posible, siendo una decisión racional; como se presenta en la tabla 13 y figura 11.

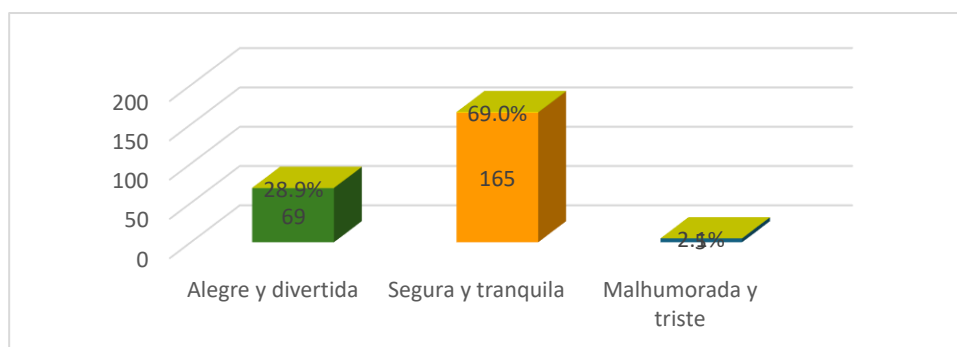
Tabla 13

Representatividad – prejuicio – Anny – según ciclo de estudios

Ciclo de estudios grupos		I - II		III - IV		V - VI		VII - VIII		IX - X		Total	
Representatividad		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
19. Representatividad	Alegre y divertida	12	25.5	28	37.8	7	24.1	11	29.7	11	21.2	69	28.9
	Segura y tranquila	34	72.3	46	62.2	21	72.4	26	70.3	38	73.1	165	69.0
	Malhumorada y triste	1	2.1	0	0.0	1	3.4	0	0.0	3	5.8	5	2.1
	Total	47	100.0	74	100.0	29	100.0	37	100.0	52	100.0	239	100.0

Figura 11

Representatividad - prejuicio



Según el Sesgo de Status Quo, se realizó la pregunta: 25. *El tiempo que tiene el tono de tu celular es:* más de la mitad con 54.8% mantiene el tono de su celular desde que lo adquirió, siendo más los varones que optan por esta opción, seguido del 42.3% de aquellos que cambian el tono del celular de vez en cuando, siendo las mujeres que optan por esta opción, y finalmente con 2.9% los que cambian a cada rato el tono, siendo las mujeres en mayor proporción, lo que implica que las féminas están más predispuestas al cambio, como se exhibe en la tabla 14 e ilustración 12.

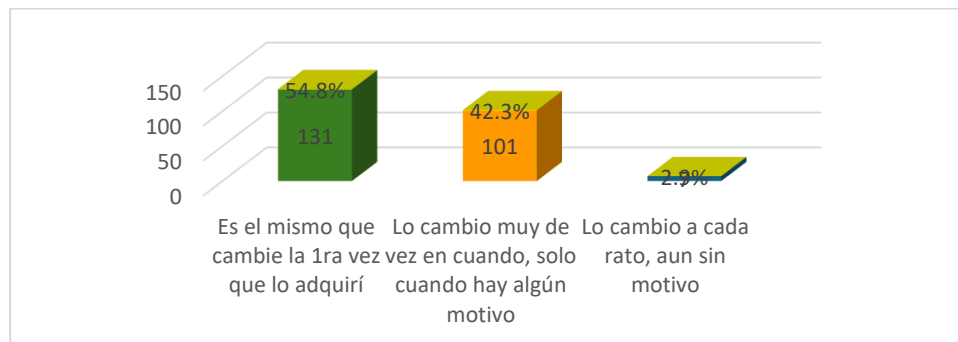
Tabla 14

Sesgo de status quo – acciones según género

Sesgo de status quo – acciones	Género	Masculino		Femenino		Total	
		n	%	n	%	n	%
25. Status Quo - Tono celular	- Es el mismo que cambié la 1ra vez que lo adquirí	55	61.1	76	51.0	131	54.8
	- Lo cambio muy de vez en cuando, solo cuando hay algún motivo	34	37.8	67	45.0	101	42.3
	- Lo cambio a cada rato, aun sin motivo	1	1.1	6	4.0	7	2.9
	Total	90	100.0	149	100.0	239	100.0

Figura 12

Sesgo de status quo – acciones



Contraste de la hipótesis de la especificidad de emociones y la toma de decisiones racionales

Al emplear el análisis estadístico Kruskal-Wallis (H), para la primera Hipótesis, se planteó como H₁: La especificidad de las emociones influye considerablemente en las decisiones racionales de estudiantes de Administración y considerando como hipótesis nula H₀ lo contrario, se determinó un nivel de significancia p-valor = .084 equivalente a $\alpha = 8.4\%$ de probabilidad de error; dado que el nivel de error es mayor al 5%, rechazamos la hipótesis alterna (H₁), y aceptamos H₀. Esto sugiere que la especificidad de las emociones no ejerció influencia significativa en la toma de decisiones racionales de estudiantes del área de Administración habiendo otros factores adicionales que también influirían en este proceso decisorio, como se visualiza en la Tabla 15.

Tabla 15

Estadísticos de prueba de especificidad de la emoción y la toma de decisiones racionales

D1 Especificidad de emoción	
H de Kruskal-Wallis	12.535
gl	7
Sig. asintótica	0.084

a. Prueba de Kruskal Wallis

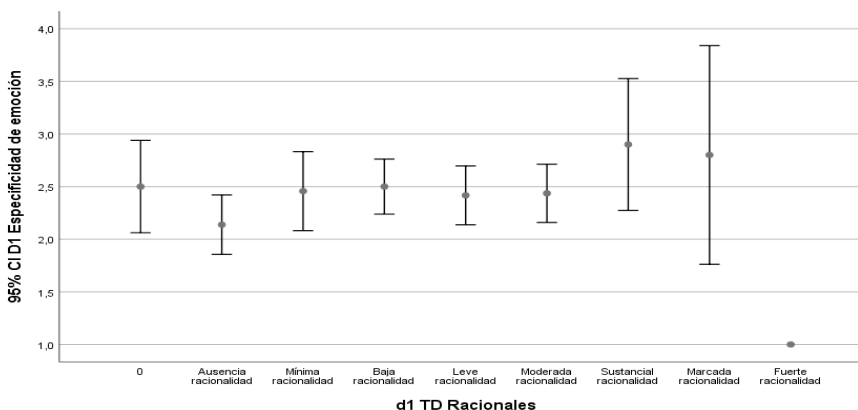
b. Variable de agrupación: d1 TD Racionales

La siguiente figura, muestra la relación que existe entre la especificidad de las emociones y la toma de decisiones racionales donde las barras de error indican que se tiene una marcada racionalidad por parte de la especificidad de las emociones, pero no es la única influencia que recibe la toma de decisiones

racionales, debiendo existir otros factores que lo complementan, como sería el caso de aspectos sociales, económicos entre otros, como se presenta en la figura 13.

Figura 13

Especificidad de la emoción y la toma de decisiones racionales



4.1.3 Identificar la intensidad de emociones que influyen en la racionalidad acotada de la toma de decisiones

Para identificar la intensidad de la emoción que sienten, se hizo la pregunta 8: *¿Qué tan intensas o fuertes son tus emociones?*, obteniendo lo siguiente: las emociones son de moderada intensidad en un 46%, seguido de emociones poco intensas en 25.1%, teniendo el siguiente orden: rabia, sorpresa, miedo, tristeza, amor y alegría; en cambio a las emociones bastante intensas tenemos a la alegría, amor, tristeza, miedo, sorpresa y por último rabia; obteniendo el 21.5%; finalmente las emociones nada intensas con un 7,5% serían: la rabia, el miedo y la tristeza; lo que indica que las emociones más intensas son la alegría y el amor, y las emociones menos intensas serían la rabia y el miedo; como se detalla en la tabla 16 y figura 14.

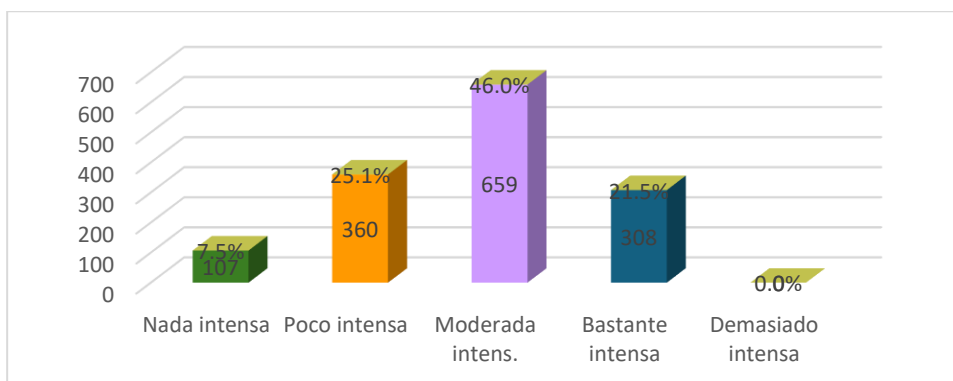
Tabla 16

Intensidad de la emoción

8. Intensidad Emociones	Amor		Alegría		Sorpresa		Rabia		Tristeza		Miedo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Nada intensa	11	4.6	1	0.4	10	4.2	45	18.8	16	6.7	24	10.0	107	7.5
Poco intensa	45	18.8	21	8.8	73	30.5	80	33.5	70	29.3	71	29.7	360	25.1
Moderada intensidad	132	55.2	128	53.6	115	48.1	79	33.1	106	44.4	99	41.4	659	46.0
Bastante intensa	51	21.3	89	37.2	41	17.2	35	14.6	47	19.7	45	18.8	308	21.5
Demasiado intensa	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Total	239	100	239	100	239	100	239	100	239	100	239	100	1434	100

Figura 14

Intensidad de las emociones



Analizando las emociones específicas relacionadas con el ciclo de estudios (tablas cruzadas más relevantes entre sí), como se muestra en la tabla 17, en general las emociones presentan los siguientes resultados:

Respecto al amor los alumnos sienten una moderada intensidad de más de un 55%; los que sienten bastante intensas sus emociones de amor serían los jóvenes de VII a X ciclo, sin embargo, los alumnos de los primeros ciclos sienten poca intensidad en sus emociones.

Respecto a la alegría, también son moderados en general, sin embargo, los alumnos de VII – VIII son más intensos en esta emoción, así como de III- IV o como los de IX – X, los menos intensos serían los de I – II ciclo.

En cuanto a la sorpresa, sienten una moderada intensidad, seguido de poco intensos, y los de primeros ciclos serían más intensas su sorpresa; mientras que los de VII-VIII sienten menos intensidad de sorpresa.

Respecto a la Rabia en general son de moderado a poco intensos a esta emoción, en especial los de los últimos ciclos de VII ciclo a más.

En cuanto a la tristeza, en su mayoría es de moderada intensidad, sin embargo, los de menos intensidad serían los de I-II ciclo y ligeramente sentirían mayor intensidad los de IX-X ciclo.

En cuanto al miedo también son moderados en general, pero los las intensos serían los de IX-X ciclo y lo de menor intensidad serían los de I-II ciclo.

Tabla 17

Intensidad de cada emoción según ciclo de estudios

8. Intensidad de emoción	I - II		III - IV		V - VI		VII - VIII		IX - X		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
AMOR												
Nada intensa	3	6	5	7	0	0	2	5	1	2	11	5
Poco intensa	10	21	13	18	6	21	9	24	7	13	45	19
Moderada intensidad	30	64	39	53	17	59	16	43	30	58	132	55
Bastante intensa	4	9	17	23	6	21	10	27	14	27	51	21
Demasiado intensa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	47	100	74	100	29	100	37	100	52	100	239	100
ALEGRÍA												
Nada intensa	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Poco intensa	6	13	3	4	2	7	6	16	4	8	21	9
Moderada intensidad	26	55	42	57	18	62	15	41	27	52	128	54
Bastante intensa	14	30	29	39	9	31	16	43	21	40	89	37
Demasiado intensa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	47	100	74	100	29	100	37	100	52	100	239	100
SORPRESA												
Nada intensa	1	2	1	1	3	10	5	14	0	0	10	4
Poco intensa	18	38	20	27	11	38	10	27	14	27	73	31
Moderada intensidad	18	38	38	51	12	41	19	51	28	54	115	48
Bastante intensa	10	21	15	20	3	10	3	8	10	19	41	17
Demasiado intensa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	47	100	74	100	29	100	37	100	52	100	239	100
RABIA												
Nada intensa	17	36	7	9	7	24	8	22	6	12	45	19
Poco intensa	14	30	24	32	8	28	13	35	21	40	80	33
Moderada intensidad	11	23	31	42	9	31	13	35	15	29	79	33
Bastante intensa	5	11	12	16	5	17	3	8	10	19	35	15
Demasiado intensa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	47	100	74	100	29	100	37	100	52	100	239	100
TRISTEZA												
Nada intensa	6	13	5	7	1	3	3	8	1	2	16	7
Poco intensa	17	36	21	28	10	34	11	30	11	21	70	29
Moderada intensidad	16	34	35	47	12	41	15	41	28	54	106	44
Bastante intensa	8	17	13	18	6	21	8	22	12	23	47	20
Demasiado intensa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	47	100	74	100	29	100	37	100	52	100	239	100
MIEDO												
Nada intensa	5	11	7	9	4	14	3	8	5	10	24	10
Poco intensa	20	43	18	24	9	31	10	27	14	27	71	30
Moderada intensidad	17	36	38	51	11	38	16	43	17	33	99	41
Bastante intensa	5	11	11	15	5	17	8	22	16	31	45	19
Demasiado intensa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	47	100	74	100	29	100	37	100	52	100	239	100

Nota. Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

Para analizar la notoriedad de las emociones se realizó la pregunta: 9. *¿Cuánto crees que los demás notan tus emociones?*, las emociones son de moderada notoriedad con 35.8%, seguido de ser poco notorias con 32.8%; de las

cuales la tristeza es la emoción menos notoria, parecido al miedo; así mismo la emoción más de bastante notoriedad es la alegría, seguido de la sorpresa obteniendo un 16.2%; lo que significa que las emociones de los alumnos son poco notorias. Como se detalla en el cuadro 18 e ilustración 15.

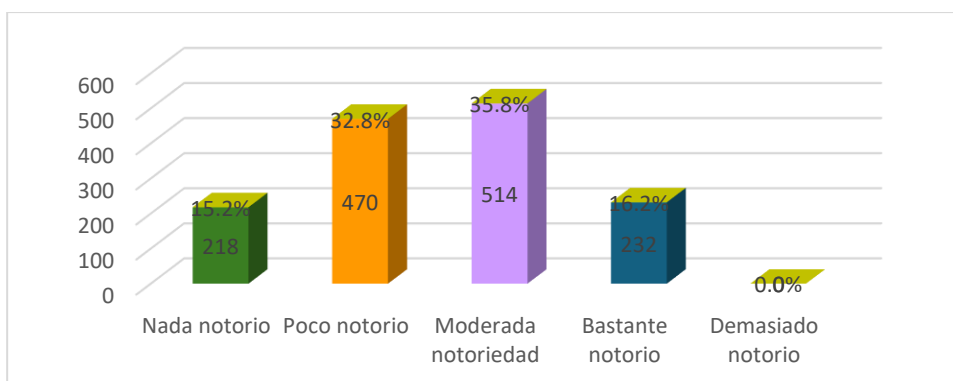
Tabla 18

Notoriedad de emociones

9. Notoriedad emociones	Amor		Alegría		Sorpresa		Rabia		Tristeza		Miedo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Nada notorio	28	11.7	5	2.1	28	11.7	52	21.8	53	22.2	52	21.7	218	15.2
Poco notorio	87	36.4	32	13.4	83	34.7	85	35.6	92	38.5	91	38.1	470	32.8
Moderada notoriedad	92	38.5	122	51.0	83	34.7	72	30.1	75	31.4	70	29.3	514	35.8
Bastante notorio	32	13.4	80	33.5	45	18.8	30	12.6	19	7.9	26	10.8	232	16.2
Demasiado notorio	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
Total	239	100	239	100	239	100	239	100	239	100	239	100	1434	100

Figura 15

Notoriedad de las emociones



Así mismo describiendo la relación entre el ciclo de estudios y la notoriedad de las emociones, como se presenta en la tabla 19 (relación mayor significancia) se obtiene los siguiente:

Respecto al amor de los estudiantes de V-VI ciclo son los que menos se notan, mientras que a los de VII-VIII se les nota bastante, en general este sentimiento tiene una notoriedad moderada.

Mientras que la emoción de alegría tiene una moderada notoriedad, con una tendencia a ser bastante notorio, siendo de V-VI más expresivos y de VII-VIII menos notorios, siendo la alegría un sentimiento que más se hiciera notar entre los estudiantes de administración.

En cuanto a la notoriedad de la sorpresa los alumnos no muestran sus emociones siendo poco notorias y de moderada notoriedad, de los cuales I-II ciclo son los menos notorios y los de II-IV los más expresivos en sorpresa.

De igual manera la rabia es una emoción poco notoria, los de I-II son quienes no se hacen notar, seguido de los grupos de VII- VIII que esta emoción es poco notoria y de IX-X quienes más expresan esta emoción junto a los de III-IV ciclo, siendo más expresivo su molestia.

En el caso de la tristeza también es muy poco notoria, siendo de I-II Ciclo los que menos se les notan, y en general refieren que es un sentimiento que es nada o muy poco notoria.

En cuanto al miedo, es una emoción poco o nada notoria, siendo de V-VI a los que menos se les nota y a los que más se les nota serían a los de III-IV ciclo, hasta cierto punto los de ciclos mayores experimentan un sentimiento de miedo más notorio o más expresivo.

Tabla 19

Notoriedad de las emociones según ciclo de estudios

9. Notoriedad de emociones	I - II		III - IV		V - VI		VII - VIII		IX - X		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
AMOR												
Nada notorio	8	17	10	14	5	17	2	5	3	6	28	12
Poco notorio	17	36	24	32	15	52	17	46	14	27	87	36
Moderada notoriedad	16	34	31	42	7	24	11	30	27	52	92	38
Bastante notorio	6	13	9	12	2	7	7	19	8	15	32	13
Demasiado notorio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	47	100	74	100	29	100	37	100	52	100	239	100
ALEGRÍA												
Nada notorio	2	4	0	0	2	7	0	0	1	2	5	2
Poco notorio	4	9	11	15	4	14	10	27	3	6	32	13
Moderada notoriedad	26	55	40	54	10	34	14	38	32	62	122	51
Bastante notorio	15	32	23	31	13	45	13	35	16	31	80	33
Demasiado notorio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	47	100	74	100	29	100	37	100	52	100	239	100
SORPRESA												
Nada notorio	4	9	8	11	6	21	6	16	4	8	28	12
Poco notorio	24	51	23	31	7	24	15	41	14	27	83	35
Moderada notoriedad	11	23	24	32	11	38	11	30	26	50	83	35
Bastante notorio	8	17	19	26	5	17	5	14	8	15	45	19
Demasiado notorio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	47	100	74	100	29	100	37	100	52	100	239	100

9. Notoriedad de emociones	I - II		III - IV		V - VI		VII - VIII		IX - X		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
RABIA												
Nada notorio	15	32	15	20	8	28	10	27	4	8	52	22
Poco notorio	16	34	24	32	9	31	16	43	20	38	85	36
Moderada notoriedad	13	28	23	31	9	31	8	22	19	37	72	30
Bastante notorio	3	6	12	16	3	10	3	8	9	17	30	13
Demasiado notorio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	47	100	74	100	29	100	37	100	52	100	239	100
TRISTEZA												
Nada notorio	15	32	20	27	8	28	6	16	4	8	53	22
Poco notorio	23	49	22	30	13	45	15	41	19	37	92	38
Moderada notoriedad	8	17	25	34	6	21	12	32	24	46	75	31
Bastante notorio	1	2	7	9	2	7	4	11	5	10	19	8
Demasiado notorio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	47	100	74	100	29	100	37	100	52	100	239	100
MIEDO												
Nada notorio	12	26	18	24	8	28	8	22	6	12	52	22
Poco notorio	21	45	25	34	13	45	16	43	16	31	91	38
Moderada notoriedad	12	26	21	2	6	21	9	24	22	42	70	29
Bastante notorio	2	4	10	14	2	7	4	11	8	15	26	11
Demasiado notorio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	47	100	74	100	29	100	37	100	52	100	239	100

Nota. Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

Se realizó la pregunta 13. Un bate y una pelota cuestan \$1.10 en total, el bate cuesta \$1 más que la pelota ¿Cuánto cuesta la pelota? (Sunstein y Thaler, 2017), los resultados muestran que el 69% de los jóvenes adoptan decisiones automáticas indicando que el costo de la pelota es \$ 0.10, dado que la mente en el apuro no está acostumbrado a realizar operaciones simples; el 16.7% elige una opción de \$0.50, una alternativa cercana a la correcta pero no lo es y solo el 14.2% toma una decisión racional eligiendo la alternativa correcta que la pelota cuesta \$ 0.05 centavos de dólar; lo que implica que las decisiones no necesariamente son racionales, se exhibe en la tabla 20 e ilustración 16

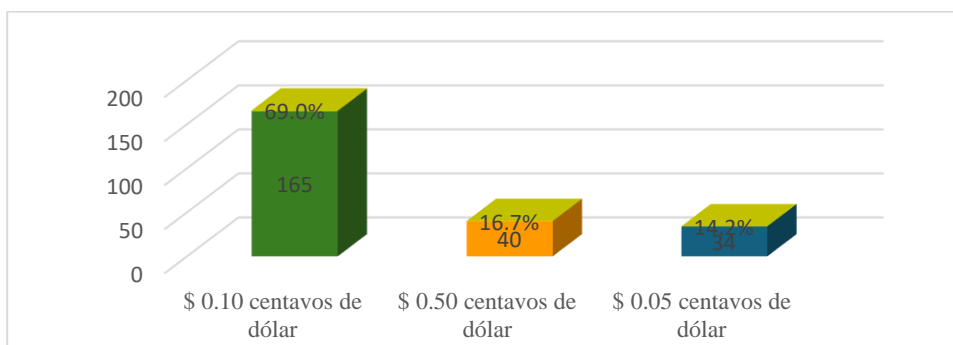
Tabla 20

Sesgo: Como pensamos S1-S2 – B

Actividad realizada		Solo estudio		Apoyo en actividad económica familiar		Trabajo		Total	
Sistema 1	Sistema 2	n	%	n	%	n	%	n	%
12. Como pensamos	\$ 0.10 centavos de \$	70	68.6	48	73.8	47	65.3	165	69.0
	\$ 0.50 centavos de \$	16	15.7	8	12.3	16	22.2	40	16.7
S1-S2	\$ 0.05 centavos de \$	16	15.7	9	13.8	9	12.5	34	14.2
Total		102	100.0	65	100.0	72	100.0	239	100.0

Figura 16

Sesgo: Como pensamos S1-S2 – B



Según las reglas básicas, del sesgo del anclaje y ajuste que usa la 1ra. información para decidir, se hizo la pregunta 14. Si la mayoría dona S/ 5000 y tienes dinero de más ¿Cuánto estarías dispuesto a dar para una acción benéfica?, el 45.2% estaría dispuesto a donar S/ 1000; el 41.8% donaría los S/ 5000; considerando que son estudiantes, más de la mitad de ellos adoptaría una decisión “irracional” y racional acotada y solo el 13% donaría S/ 5 a la medida de sus posibilidades. Y serían los de zona urbana ligeramente más vulnerables a este sesgo. Como se muestra en la tabla 21 y figura 17.

Tabla 21

Regla básica- Anclaje y ajuste - Donación según procedencia

Reglas básicas	Procedencia	Urbana		Rural		Total	
		n	%	n	%	n	%
14. Anclaje y ajuste - Donación	S/ 5,000	58	41.4	42	42.4	100	41.8
	S/ 1,000	70	50.0	38	38.4	108	45.2
	S/ 5	12	8.6	19	19.2	31	13.0
	Total	140	100.0	99	100.0	239	100.0

Figura 17

Regla básica- Anclaje y ajuste - Donación



Según la disponibilidad de información en la mente se hizo la pregunta 16. *¿Hasta qué punto debemos prepararnos frente a riesgos de terremotos en la zona?*, el 63.4% adopta una decisión racional acotada que es poco probable los terremotos en la zona, pero lo previene, siendo de zona rural en mayor proporción, el 3.8% asume una decisión “irracional” asumiendo que no tenemos ese riesgo y el 32.8% son más racionales, puesto que ya cuentan con implementos necesarios para el caso, siendo en su mayoría de la zona urbana, como se exhibe en el cuadro 22 y figura 18.

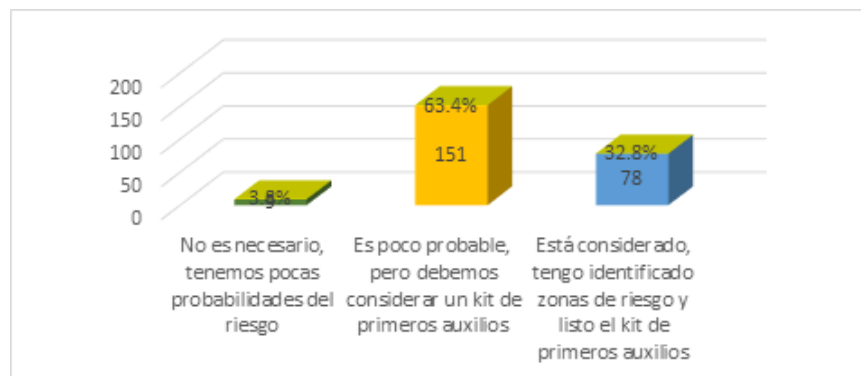
Tabla 22

Disponibilidad de información ante riesgos según procedencia

Disponibilidad	Procedencia	Urbana		Rural		Total	
		n	%	n	%	n	%
16. Disponibilidad -	No es necesario, tenemos pocas probabilidades del riesgo	1	0.7	8	8.2	9	3.8
Riesgos de ambiente	Es poco probable, pero debemos considerar un kit de primeros auxilios	87	62.1	64	65.3	151	63.4
	Está considerado, tengo identificado zonas de riesgo y listo el kit de primeros auxilios	52	37.1	26	26.5	78	32.8
Total		140	100.0	98	100.0	238	100.0

Figura 18

Disponibilidad de información ante riesgos



El sesgo del optimismo ilusorio o sobrestimación de habilidades, se preguntó: 20. *Tienes una materia muy complicada ¿La probabilidad de ser aprobado, por encima del promedio de tus compañeros será?*, el 66.5% responde de manera satisfactoria, más con un racional acotado, siendo los que solo estudian y apoyan en algo familiar que tienen esa percepción, seguido de aquellos que sienten que tienen mayores posibilidades que sus compañeros con un 19.2% siendo los que trabajan los que tiene esa percepción en mayor proporción, y por

último con 14.2% los que piensan que tiene menores probabilidades de tener un mejor promedio, puesto que analizan su realidad, teniéndolos a los que solo estudian en mayor proporción, según tabla 23 y figura 19.

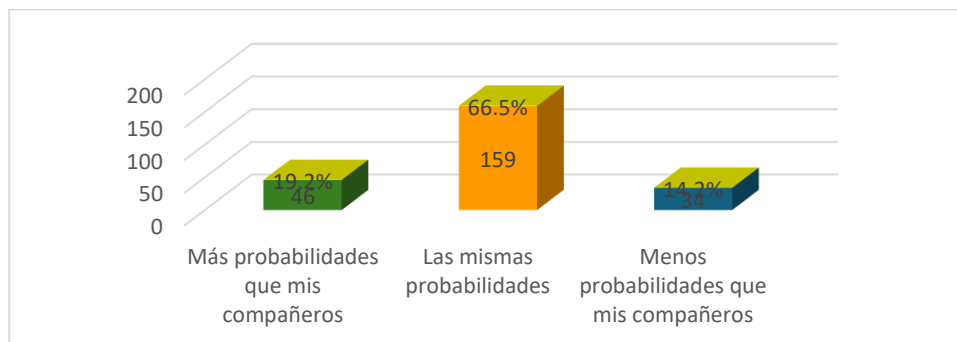
Tabla 23

Optimismo ilusorio según actividad realizada

Optimismo ilusorio	Actividad realizada	Solo estudio		Apoyo en act. Familiar		Trabajo		Total	
		n	%	n	%	n	%	n	%
20. Opt. ilusorio	Más probabilidades que mis compañeros	14	13.7	14	21.5	18	25.0	46	19.2
	Las mismas probabilidades	70	68.6	43	66.2	46	63.9	159	66.5
Aprobar materia	Menos probabilidades que mis compañeros	18	17.6	8	12.3	8	11.1	34	14.2
	Total	102	100.0	65	100.0	72	100.0	239	100.0

Figura 19

Optimismo ilusorio



Así mismo para medir la aversión al riesgo se preguntó: 23. Si tiran una moneda: si sale cara, Ud. gana S/ X y si sale cruz pierde S/ 100 ¿Cuánto debería de ser X para que participe de la apuesta?, más de la mitad el 55.2% exigiría S/ 200, el doble de lo que podría ganar para participar de la apuesta, siendo los de la zona urbana en mayor cantidad quienes tendría esa percepción, seguido del 36.4% quienes aceptarían ganar lo mismo que podría perder, y los de la zona rural serían relativamente más con esta percepción, y los que aceptarían ganar S/ 30 tenemos 8.4% que si sale cara igual ganarían sin haber invertido nada, siendo los de la zona rural en mayor cantidad con esta alternativa, como se muestra en la tabla 24 y figura 20.

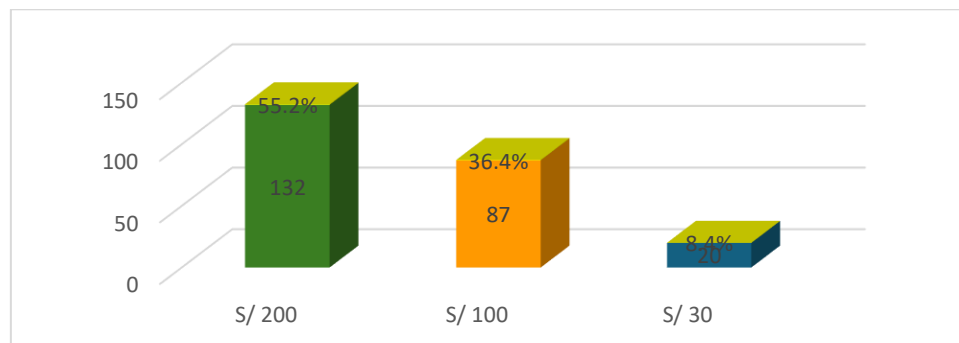
Tabla 24

Aversión al riesgo según procedencia

Aversión al riesgo	Procedencia	Urbana		Rural		Total	
		n	%	n	%	n	%
23. Aversión (-) Apuesta	S/ 200	82	58.6	50	50.5	132	55.2
	S/ 100	50	35.7	37	37.4	87	36.4
	S/ 30	8	5.7	12	12.1	20	8.4
	Total	140	100.0	99	100.0	239	100.0

Figura 20

Aversión al riesgo



El aferrarse puede cambiar una decisión por ello se preguntó: 24. *Te encuentras viendo un programa muy interesante, al terminar:* el 44.4% continúa viendo el siguiente programa conformándose a la situación, siendo los menores de 18 años los que tendrían el comportamiento; la tercera parte 33.5% apagaría el televisor dado que no hay nada que le llame la atención y sería los mayores a 21 años los que harías esto algo racional y el 22.2% cambiaría de canal aun sin haber nada interesante, siendo también los mayores a 21 años los que optarían por esta opción, como se muestra en la tabla 25 y figura 21.

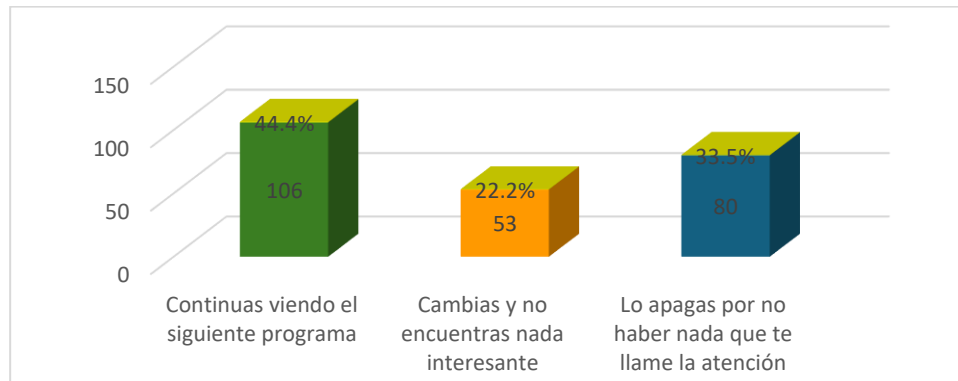
Tabla 25

Sesgo de status quo – recompensa inmediata según edad

Status Quo – comportamientos	Edad en grupo	< 18		18 - 20		21 - 23		> 23		Total	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
24. Continúas viendo el siguiente programa	Status Quo	17	60.7	34	46.6	47	42.0	8	30.8%	106	44.4
ProgTV Cambias y no encuentras nada interesante		4	14.3	16	21.9	26	23.2	7	26.9%	53	22.2
Lo apagas por no haber nada que te llame la atención		7	25.0	23	31.5	39	34.8	11	42.3%	80	33.5
Total		28	100.0	73	100.0	112	100.0	26	100.0%	239	100.0

Figura 21

Sesgo de status quo – recompensa inmediata



Contraste intensidad de emociones y la toma de decisiones racional acotada

Al ejecutar el análisis estadístico Kruskal-Wallis (H) para evaluar la segunda Hipótesis, se planteó como H₁: La intensidad de las emociones influye significativamente en la racionalidad acotada de la toma de decisiones de futuros administradores; y como hipótesis nula H₀ se consideró lo contrario, determinando un nivel de significancia p - valor = .045, siendo el nivel de significancia de $\alpha = 4.5\%$ menor al 5% de error máximo permitido, se acepta la H₁: que la intensidad de las emociones influyen significativamente en la racionalidad acotada de la toma de decisiones, como se muestra en la tabla 26.

Tabla 26

Intensidad de emociones y la racionalidad acotada de la toma de decisiones

Estadísticos de prueba ^{a,b}	D2 Intensidad de emoción
H de Kruskal-Wallis	24.060
gl	14
Sig. asintótica	0.045

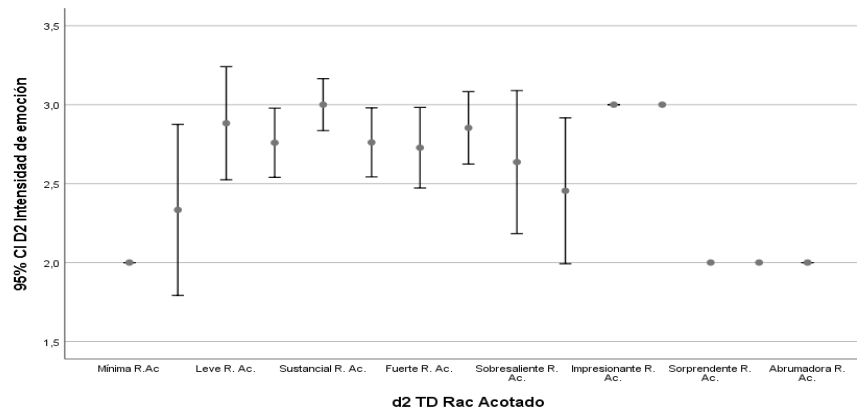
a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: d2 Toma de Decisiones Racional Acotado

Esto implica que la intensidad con las viven las emociones los futuros administradores ejerce influencia significativa en las decisiones racionales acotada de manera que los estudiantes deban de tener en cuenta que la intensidad emocional podría variar modificar las decisiones; Así mismo en la figura 22, se visualiza las barras de error, indicando la relación existente entre ambas variables y se acepta que hay una sobresaliente y extraordinaria racionalidad acotada siendo influida por la intensidad de las emociones.

Figura 22

Intensidad de la emoción y la racionalidad acotada de la toma de decisiones



4.1.4 Definir la temporalidad - duración de emociones que estimulan las decisiones intuitivas

Para definir el tiempo que dura la emoción se realizó la pregunta, *10. ¿Qué tan duraderas son tus emociones?* Relacionándolo con el género por el nivel de significancia aceptable (anexo G), el 38% de las emociones duran horas, de los cuales la alegría, tristeza y el amor tienen una duración en mayor proporción seguido de las emociones que duran minutos con 34% de las cuales la sorpresa, rabia y miedo son más duraderas; así mismo tenemos a las emociones que duran días con un 18%, siendo la alegría, amor y tristeza; las emociones que duran más; entre las emociones que duran menos tenemos a la sorpresa, rabia y miedo que duran segundos con un 11%; tal como se exhibe en el cuadro 27 y figura 23.

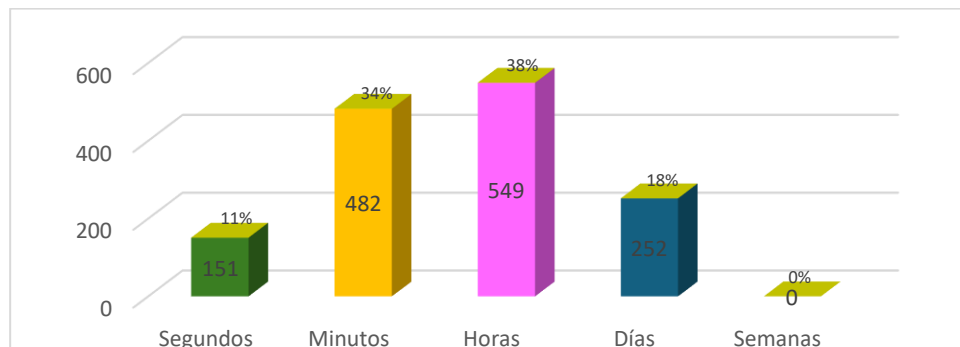
Tabla 27

Temporalidad de las emociones

10.Duración -emociones	Amor		Alegría		Sorpresa		Rabia		Tristeza		Miedo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Segundos	14	6	2	1	48	20	40	17	15	6	32	13	151	11
Minutos	52	22	46	19	111	46	109	46	59	25	105	44	482	34
Horas	107	45	124	52	63	26	74	31	112	47	69	29	549	38
Días	66	28	67	28	17	7	16	7	53	22	33	14	252	18
Semanas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	239	100	239	100	239	100	239	100	239	100	239	100	1434	100

Figura 23

Duración de las emociones



Haciendo una revisión narrativa de la duración de emociones analizado por género (relación más significativa), (tabla 28) se presenta los siguientes resultados:

Respecto al amor, son las señoritas las que sienten amor por menos tiempo entre segundos y minutos y los varones lo sienten en horas y días, mientras que los varones este sentimiento les duraría un tiempo relativamente más largo.

En cuanto a la alegría a las señoritas les dura menos tiempo la alegría, mientras que a los varones se les prolonga por un mayor tiempo concluyendo que los varones son más expresivos con esta emoción, mientras que las señoritas serían más volubles puesto que también experimentarían que la alegría lo sienten por un mayor tiempo.

Con respecto a la sorpresa, las señoritas lo sienten por menos tiempo entre segundo y minutos, mientras que a los varones le puede durar horas y días.

Considerando la rabia es indistinto, a los varones les puede durar segundos u horas más que a las señoritas, como también a las señoritas les duraría más en minutos y días.

Respecto a la tristeza a los varones les duraría menos entre segundos y minutos, mientras que a las señoritas les duraría más tiempo entre Horas y días, siendo ellas las más susceptibles de esta emoción.

Teniendo en cuenta el miedo los varones les duraría menos tiempo el miedo en segundos y hasta en minutos en comparación a las señoritas que se le prolongaría en horas como también en días.

Por lo tanto, en general son las señoritas que experimentan mayor vulnerabilidad a las emociones positivas, mientras que los varones reaccionan a las emociones negativas, tal como se muestra en la siguiente tabla 28.

Tabla 28

Duración de emociones según género

10. Duración - emociones	Masculino		Femenino		Total	
	n	%	n	%	n	%
AMOR						
Segundos	5	6	9	6	14	6
Minutos	18	20	34	23	52	22
Horas	41	46	66	44	107	45
Días	26	29	40	27	66	28
Semanas	0	0	0	0	0	0
Total	90	100	149	100	239	100
ALEGRÍA						
Segundos	1	1	1	1	2	1
Minutos	15	17	31	21	46	19
Horas	54	60	70	47	124	52
Días	20	22	47	32	67	28
Semanas	0	0	0	0	0	0
Total	90	100	149	100	239	100
SORPRESA						
Segundos	16	18	32	21	48	20
Minutos	33	37	78	52	111	46
Horas	33	37	30	20	63	26
Días	8	9	9	6	17	7
Semanas	0	0	0	0	0	0
Total	90	100	149	100	239	100
RABIA						
Segundos	18	20	22	15	40	17
Minutos	38	42	71	48	109	46
Horas	29	32	45	30	74	31
Días	5	6	11	7	16	7
Semanas	0	0	0	0	0	0
Total	90	100	149	100	239	100
TRISTEZA						
Segundos	8	9	7	5	15	6
Minutos	31	34	28	19	59	25
Horas	36	40	76	51	112	47
Días	15	17	38	26	53	22
Semanas	0	0	0	0	0	0
Total	90	100	149	100	239	100
MIEDO						
Segundos	20	22	12	8	32	13
Minutos	37	41	68	46	105	44
Horas	24	27	45	30	69	29
Días	9	10	24	16	33	14
Semanas	0	0	0	0	0	0
Total	90	100	149	100	239	100

Nota. Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

Así mismo en cuanto al impacto de las emociones revisadas según género (relación con mayor significancia) se tiene los siguientes resultados:

Referente al sentimiento de amor, los varones sienten mayor impacto en minutos y horas de amor, en comparación al impacto de amor que sienten las

señoritas que el impacto es relativamente menor tiempo, pero ambos experimentan un tiempo relativo de amor.

Respecto a la alegría las señoritas se ven más impactadas en periodos cortos, mientras que los varones son impactados por más tiempo en horas y días. Haciéndolos a ambos relativamente vulnerables al impacto de alegría que puedan sentir.

Respecto a la sorpresa las señoritas se ven impactadas en periodos cortos a diferencia de los varones que les dura más entre horas y días, debiendo prever ante los efectos de este sentimiento.

Analizando la rabia, el impacto que ejerce en los jóvenes es relativo, muy parecido para ambos sexos, en que les impacta en periodos cortos expresado en minutos y en algunos casos en horas.

En relación al impacto de la tristeza, es menor en varones en el corto tiempo, siendo mayor el impacto que ejerce en las señoritas que les dura más tiempo, por lo que los varones demuestran una capacidad de resiliencia más rápida que las mujeres.

Así mismo el impacto del miedo se da por periodos cortos en varones, mientras que a las señoritas les podría durar horas; haciéndolas más susceptibles a este sentimiento.

En ese entender, se puede generalizar que, las señoritas resultan más sensibles en el tiempo a las emociones negativas que puedan experimentar, a diferencia de los varones son más resilientes en el corto plazo a las emociones que les puedan afectar, como se muestra en la tabla 29.

Tabla 29

Impacto de las emociones según género

11. Impacto -emociones	Masculino		Femenino		Total	
	n	%	n	%	n	%
AMOR						
Segundos	6	7	10	7	16	7
Minutos	11	12	35	23	46	19
Horas	49	54	67	45	116	49
Días	24	27	37	25	61	26
Semanas	0	0	0	0	0	0
Total	90	100	149	100	239	100

11. Impacto -emociones	Masculino		Femenino		Total	
	n	%	n	%	n	%
ALEGRÍA						
Segundos	4	4%	10	7%	14	6%
Minutos	13	14%	30	20%	43	18%
Horas	41	46%	61	41%	102	43%
Días	32	36%	48	32%	80	33%
Semanas	0	0%	0	0%	0	0%
Total	90	100%	149	100%	239	100%
SORPRESA						
Segundos	15	17%	25	17%	40	17%
Minutos	24	27%	55	37%	79	33%
Horas	33	37%	51	34%	84	35%
Días	18	20%	18	12%	36	15%
Semanas	0	0%	0	0%	0	0%
Total	90	100%	149	100%	239	100%
RABIA						
Segundos	12	13%	22	15%	34	14%
Minutos	37	41%	57	38%	94	39%
Horas	30	33%	52	35%	82	34%
Días	11	12%	18	12%	29	12%
Semanas	0	0%	0	0%	0	0%
Total	90	100%	149	100%	239	100%
TRISTEZA						
Segundos	12	13%	12	8%	24	10%
Minutos	30	33%	34	23%	64	27%
Horas	35	39%	64	43%	99	41%
Días	13	14%	39	26%	52	22%
Semanas	0	0%	0	0%	0	0%
Total	90	100%	149	100%	239	100%
MIEDO						
Segundos	16	18%	15	10%	31	13%
Minutos	37	41%	55	37%	92	38%
Horas	23	26%	60	40%	83	35%
Días	14	16%	19	13%	33	14%
Semanas	0	0%	0	0%	0	0%
Total	90	100%	149	100%	239	100%

Nota. Resultados obtenidos de SPSS versión 25.

Como parte de la temporalidad de las emociones se hizo la pregunta: *11. Recordando algún momento vivido ¿Cuánto tiempo crees que te impacto la emoción que sentiste?*, tanto la alegría como el amor son sentimientos que más tiempo impactó, en días con un 20%, lo que se confirma con el tiempo de impacto en horas teniendo un 39%, siendo ambos sentimientos con mayor proporción, seguido de la tristeza y la sorpresa que también ejercen un impacto en sus emociones, las emociones que menos impactan serían la rabia, el miedo y hasta cierto punto la sorpresa, que les impacto un 29% en minutos; confirmando este resultado que son las mismas emociones que les impacta segundos y obteniendo un 11% de la muestra, como se presenta en la tabla 30 y figura 24.

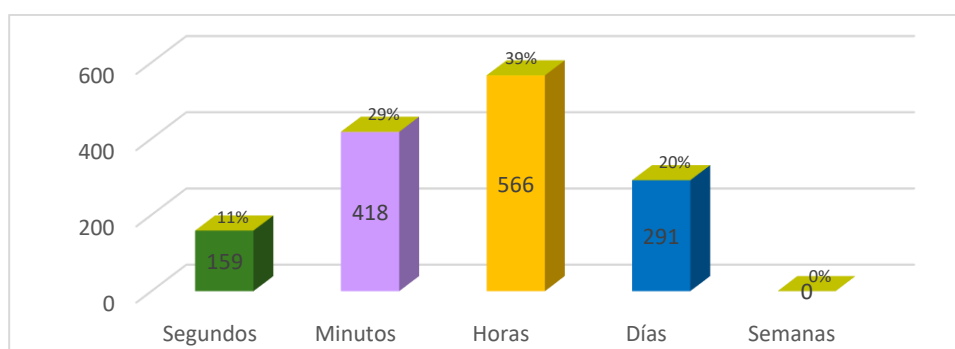
Tabla 30

Impacto de las emociones por tiempo

11. Impacto - emociones	Amor		Alegria		Sorpresa		Rabia		Tristeza		Miedo		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Segundos	16	7	14	6	40	17	34	14	24	10	31	13	159	11
Minutos	46	19	43	18	79	33	94	39	64	27	92	38	418	29
Horas	116	49	102	43	84	35	82	34	99	41	83	35	566	39
Días	61	26	80	33	36	15	29	12	52	22	33	14	291	20
Semanas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	239	100	239	100	239	100	239	100	239	100	239	100	1434	100

Figura 24

Impacto de las emociones



Así mismo se hizo la pregunta 17. *Te encontraste S/ 100 en la calle que probabilidad tendrías de encontrar S/ 20*, el 72% indica que tendría pocas probabilidades una respuesta racional acotada, siendo los alumnos de I a IV que tiene esa percepción, el 20% dicen que no tiene ninguna probabilidad de volver a encontrar dinero y son los alumnos de V a X que tiene a ser más racionales, hasta cierto punto; mientras que los decisores intuitivos “irracionales” tenemos un 8% que tiene muchas probabilidades de encontrar más dinero, siendo más de los ciclos inferiores que tienen esa percepción, como se exhibe en el cuadro 31 y figura 25.

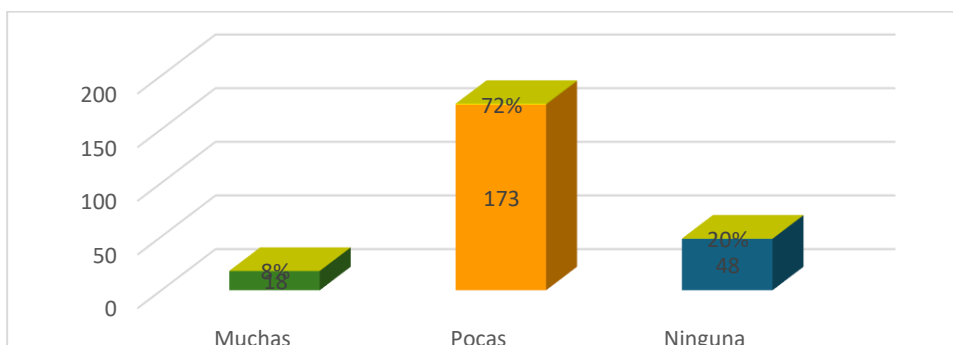
Tabla 31

Disponibilidad de encontrar nuevamente dinero según ciclos de estudio

Ciclos de estudio - grupo	Disponibilidad	I - II		III - IV		V - VI		VII - VIII		IX - X		Total	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
17. Disponibilidad	Muchas	6	13	4	5	3	10	2	5	3	6	18	8
	Pocas	36	77	55	74	20	69	24	65	38	73	173	72
	Ninguna	5	11	15	20	6	21	11	30	11	21	48	20
	Total	47	100	74	100	29	100	37	100	52	100	239	100

Figura 25

Disponibilidad de encontrar nuevamente dinero



Según el optimismo ilusorio (exceso de confianza), se hizo la interrogante: *21. La posibilidad que tienes de sufrir una enfermedad grave es:* el 53.6% tienen la misma posibilidad que sus amigos, seguido del 24.7% que son más optimistas al pensar que su posibilidad es menor a la de sus amigos, en ambos caso son los varones que tienen la percepción en mayor proporción, y con un 21.8% los más racionales sienten que tiene mayores posibilidades de sufrir una enfermedad grave, en este caso tenemos a más señoritas que tienen esta percepción, como se exhibe en el cuadro 32 y figura 26.

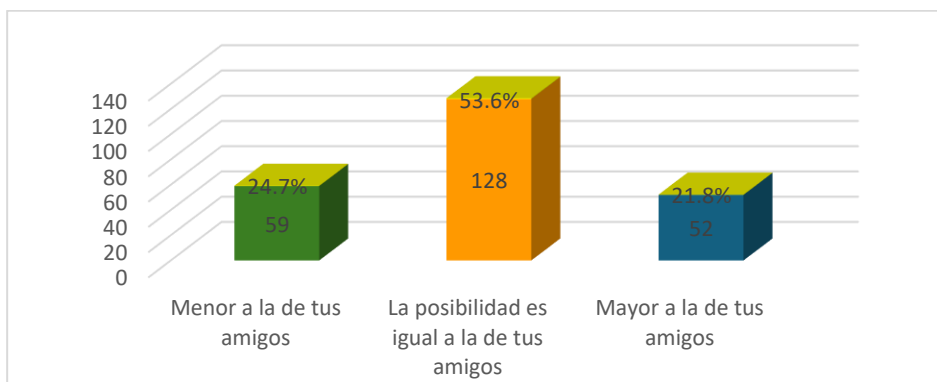
Tabla 32

Exceso de confianza según genero

Exceso de confianza	Genero	Masculino		Femenino		Total	
		n	%	n	%	n	%
21. Opt. ilusorio	Menor a la de tus amigos	23	25.6	36	24.2	59	24.7
Sufrir enfermedad	La posibilidad es igual a la de tus amigos	53	58.9	75	50.3	128	53.6
	Mayor a la de tus amigos	14	15.6	38	25.5	52	21.8
Total		90	100.0	149	100.0	239	100.0

Figura 26

Exceso de confianza



Según la aversión al riesgo Respecto al impacto de las pérdidas y ganancias, se preguntó: 22. *¿Cuál de las acciones te generaría una reacción?*, obteniendo que, más de la mitad el 53.1% le afectaría más que le den menos que a los demás, siendo los menores de 20 años quienes tendrían esta percepción en mayor medida, seguido del 33.1% que les afectaría más recibir más que a los demás, siendo los jóvenes mayores de 21 años los que tendrían esta percepción y por último con 13.8% que reaccionarían que les den lo mismo que a los demás, lo que confirma que la aversión a las pérdidas son mayores que la aversión a las ganancias; se muestra en la tabla 33 y figura 27.

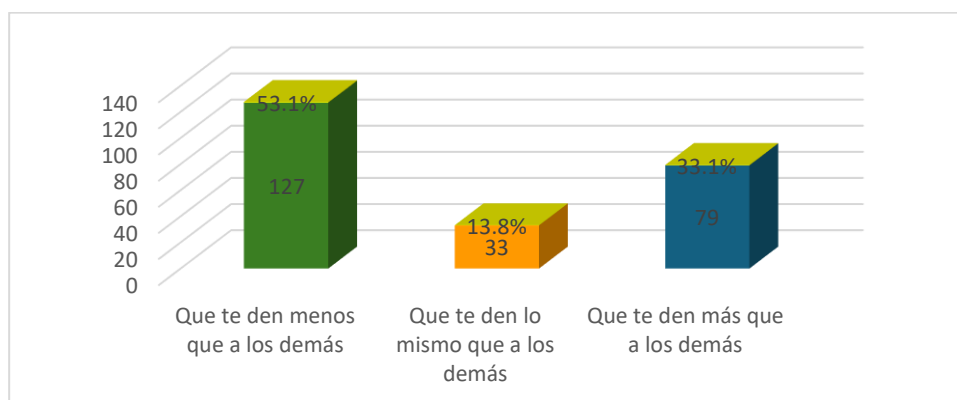
Tabla 33

Aversión a las pérdidas según edad en grupos

Aversión a las pérdidas	Edad en grupos	< 18		18 - 20		21 - 23		> 23		Total	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
22. Aversión	Que te den menos que a los demás	18	64.3	42	57.5	55	49.1	12	46.2	127	53.1
Reacción a las	Que te den lo mismo que a los demás	2	7.1	8	11.0	18	16.1	5	19.2	33	13.8
perdidas	Que te den más que a los demás	8	28.6	23	31.5	39	34.8	9	34.6	79	33.1
	Total	28	100	73	100	112	100	26	100	239	100

Figura 27

Aversión a las pérdidas



Considerando el enmarcado donde el panorama marca la diferencia se hizo la pregunta: 26. Ante una enfermedad grave, el riesgo de aplicarse una vacuna pasará de 1/100,000 a 2/100,000; mientras que, el riesgo de aplicarse otra vacuna fuera del doble del que antes tenía. *¿Cuál de las vacunas te aplicarías?*, el 43.9% se aplicaría la 1ra. vacuna teniendo el mismo riesgo que la 2da. vacuna, pero por el enmarcado que tiene parece menor el riesgo, siendo los estudiantes que trabajan los que más preferirían esta opción, seguido del 31% quienes no se vacunan, una decisión hasta cierto punto racional, siendo los alumnos que solo estudian en este

caso; el 25.1% se aplicarían la 2da. vacuna asumiendo el doble del riesgo que tenía antes, y son los alumnos que trabajan los que optarían por esta opción, tal como se exhibe en el cuadro 34 e ilustración 28.

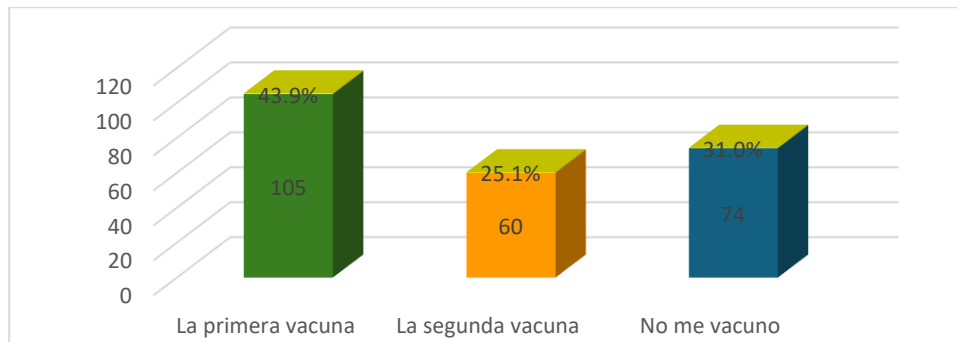
Tabla 34

Sesgo enmarcado – Framing – vacuna según actividad realizada

Actividad realizada	Enmarcado - Framing	Solo estudio		Apoya en act. familiar		Trabajo		Total	
		n	%	n	%	n	%	n	%
26. Framing	La primera vacuna	40	39.2	30	46.2	35	48.6	105	43.9
Vacuna	La segunda vacuna	22	21.6	12	18.5	26	36.1	60	25.1
	No me vacuno	40	39.2	23	35.4	11	15.3	74	31.0
	Total	102	100.0	65	100.0	72	100.0	239	100.0

Figura 28

Sesgo enmarcado – Framing – vacuna



Para observar el efecto del encuadre se hizo la pregunta: 27. En un local X un celular de alta gama cuesta a S/ 2330 y los audífonos a S/ 90 con un descuento de 20% en el último si llevas ambos; pero en la tienda distribuidora de equipos tecnológicos, el celular está a S/ 2340 y los audífonos a S/ 82 ¿En qué lugar preferirías comprar?, el 48.5% prefiere comprar en la Distribuidora de equipos tecnológicos, pese a tener un mayor precio, pero por efectos del enmarcado las decisiones de los estudiantes que trabajan se ven distorsionados, seguido de los que compran en el local X, que decidirían racionalmente adoptando esta decisión los alumnos que solo estudian; por último por efectos del framing no comprarían en ninguno de los locales, perdiendo la oportunidad de adquirir estos equipos, siendo los estudiantes que apoyan en una actividad familiar los que optarían por esta opción en su mayoría, confirmando que el framing ejerce control en las decisiones, tal como se exhibe en el cuadro 35 e ilustración 29.

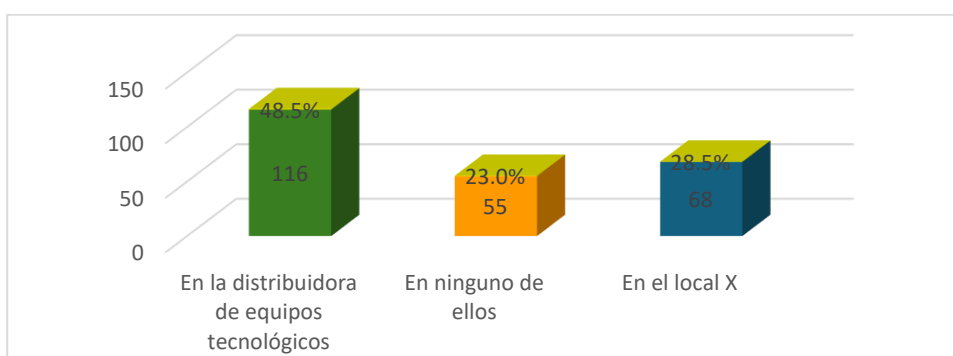
Tabla 35

Sesgo enmarcado – Framing – preferencia de compra

Actividad realizada		Solo estudio		Apoya en act. familiar		Trabajo		Total	
		n	%	n	%	n	%	n	%
27. Framing de compra	En la distribuidora de equipos tecnológicos	49	48.0	28	43.1	39	54.2	116	48.5
	En ninguno de ellos	18	17.6	20	30.8	17	23.6	55	23.0
	En el local X	35	34.3	17	26.2	16	22.2	68	28.5
	Total	102	100.0	65	100.0	72	100.0	239	100.0

Figura 29

Enmarcado - Framing – preferencia de compra



Contraste temporalidad de las emociones y las decisiones intuitivas

Aplicando el estadístico Kruskal-wallis (H) para evaluar la tercera hipótesis, se planteó como H_1 : El tiempo que duran las emociones estimula significativamente las decisiones intuitivas de futuros administradores; y como hipótesis nula H_0 lo contrario, se determinó un nivel de significancia p - valor = .050, siendo el nivel de significancia $\alpha = 5\%$ igual al máximo de error permitido, por lo tanto se acepta la H_1 : que la temporalidad de las emociones estimulan las decisiones intuitivas, como se observa en el tabla 36.

Tabla 36

Temporalidad de emociones y decisiones intuitivas

Estadísticos de prueba ^{a,b}	D3 Temporalidad de emoción
H de Kruskal-Wallis	18.324
gl	10
Sig. asintótica	0.050

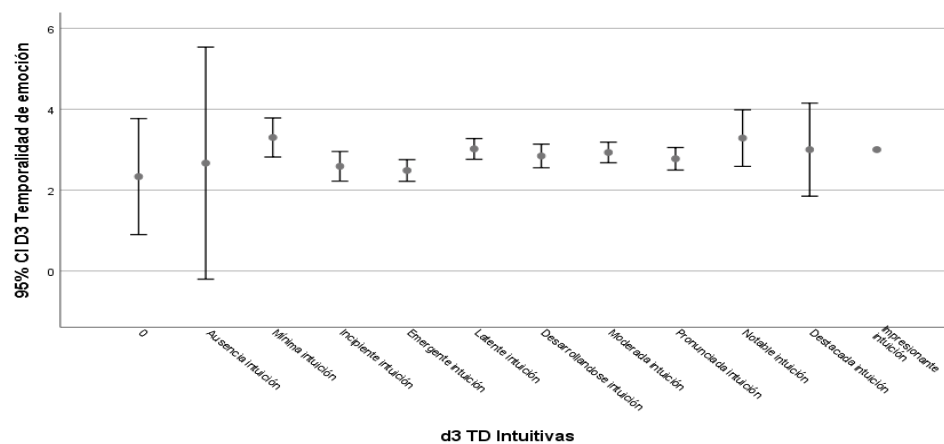
a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: d3 TD Intuitivas

Lo que implica que el tiempo que duran las emociones en los futuros administradores podría variar el resultado de las decisiones intuitivas por lo que los decisores debieran prever esta situación a fin de evitar este sesgo; por otra parte según las barras de error, indicando la relación existente entre la intensidad de las emociones y su influencia en las decisiones racional acotada y se acepta que hay una sobresaliente y extraordinaria racionalidad acotada siendo influida por la intensidad de las emociones, figura 30.

Figura 30

Temporalidad de emociones y la toma de decisiones intuitivas



4.1.5 Analizar los factores emocionales que influyen en las decisiones conductuales.

Analizando los factores emocionales que tienen los estudiantes de Administración se muestra los siguientes resultados:

Según la especificidad de las emociones en su mayoría los estudiantes experimentan alegría con un 66.6%, seguido de los que sienten sorpresa con un 22.2%; continuando lo que sienten miedo con un 6.7%; seguido de los que sienten amor con un 2.9% y solo el 1.7% de los que sienten rabia, en general los estudiantes se encontrarían en un estado emocional neutro pero susceptibles a este sentimiento, tal como se muestra en la tabla 37 e ilustración 31.

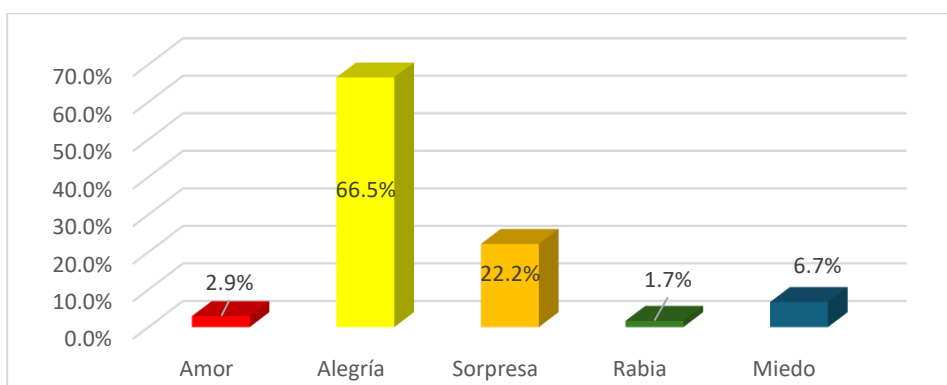
Tabla 37

Factores emocionales de estudiantes de Administración

Especificidad	Factores emocionales							
	n	%	Intensidad	n	%	Temporalidad	n	%
Amor	7	2.9	Nada intensa	3	1.3	Nada duradera	15	6.3
Alegría	159	66.5	Poco intensa	76	31.8	Poco duradera	59	24.7
Sorpresa	53	22.2	Moderada intensidad	132	55.2	Duración moderada	112	46.9
Rabia	4	1.7	Bastante intensa	28	11.7	Bastante duradera	53	22.2
Miedo	16	6.7	Total	239	100	Total	239	100

Figura 31

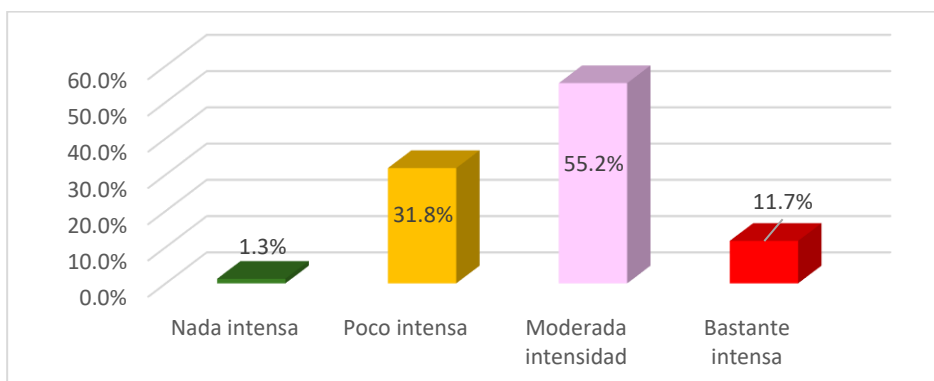
Factores Emocionales - Especificidad



Así mismo según la intensidad de las emociones el 55.2% de los estudiantes sienten una moderada intensidad, seguido de poco intensas con 31.8%, continuando con el 11.7% que sienten bastante intensas sus emociones y solo el 1.3% considera que sus emociones son poco intensas, lo que hasta cierto punto los futuros administradores estarían controlando sus emociones en cuanto a la intensidad de sentirlos, debiendo de tener cuidado cuando este sentimiento sea de bastante intensidad, como se muestra en la tabla 37 y figura 32.

Figura 32

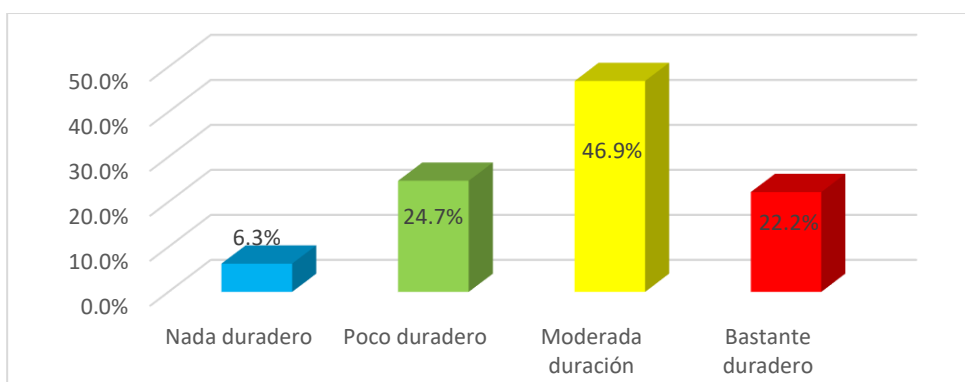
Factores emocionales - Intensidad



Respecto a la duración de sus emociones, el 46.9% las emociones de los estudiantes tienen una duración moderada, seguido de aquellos que les dura poco con un 24.7%, continuando con aquellos que las emociones les dura bastante teniendo una frecuencia del 22.2% y el 6.3% de los estudiantes considera que sus emociones son nada duraderas, es este sentido, es preciso comprender que el tiempo que duran las emociones podría representar un escenario de riesgo puesto que estarían expuestos a la situación de alta activación de las emociones en un determinado momento. Tal como se muestra en la tabla 37 e ilustración 33.

Figura 33

Factores emocionales – Temporalidad



Respecto a la toma de decisiones conductuales los estudiantes de Administración, el 55.6% toman decisiones con limitada racionalidad, asumiendo decisiones racionales acotadas, el 38.9% de estudiantes adoptan decisiones basadas en lo intuitivo y el 5.4% toman decisiones netamente racionales con un interés de maximizar la utilidad, demostrándose que las decisiones conductuales no necesariamente tienden a ser racionales como indica la teoría económica

tradicional sino pueden ser también intuitivas, tal como se muestra en la tabla 38 y se vislumbra en la figura 34.

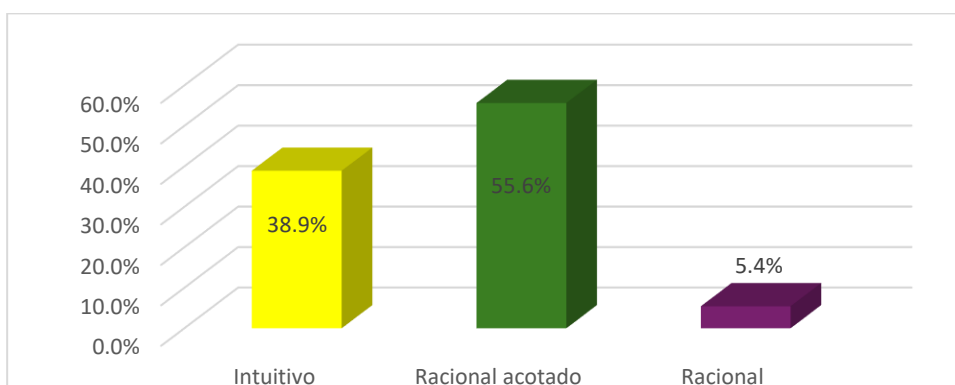
Tabla 38

Toma de decisiones conductuales

Toma de decisiones conductuales			
	n	%	% válido
Intuitivo	93	38.9	38.9
Racional acotado	133	55.6	55.6
Racional	13	5.4	5.4
Total	239	100	100

Figura 34

Toma de decisiones conductuales



Contraste de los factores emocionales y la toma de decisiones conductuales

Para la contrastación de la hipótesis general se aplicó el estadístico de anova de Kruskal-Wallis (H), para k muestras independientes, datos no paramétricos, donde se planteó como hipótesis H_1 : que los factores emocionales influyen directamente en la toma de decisiones conductuales de los futuros administradores de la Región de Puno y como H_0 : se plantea lo contrario, con un intervalo de confianza de 95%, se determinó un nivel de significancia p-valor = .030, equivalente a $\alpha = 3\%$ siendo este menor al 5% de error máximo permitido, se acepta H_1 y se concluye que los factores emocionales ejercen influencia en la toma de decisiones conductuales de los futuros administradores de la Región de Puno, por lo tanto, se confirma que las decisiones conductuales son susceptibles de variación según las emociones que se puedan sentir, tal como se muestra en la tabla 39.

Tabla 39

Factores emocionales y la toma de decisiones conductuales

Estadísticos de prueba ^{a,b}	Factores Emocionales
H de Kruskal-Wallis	7.003
gl	2
Sig. asintótica	0.030

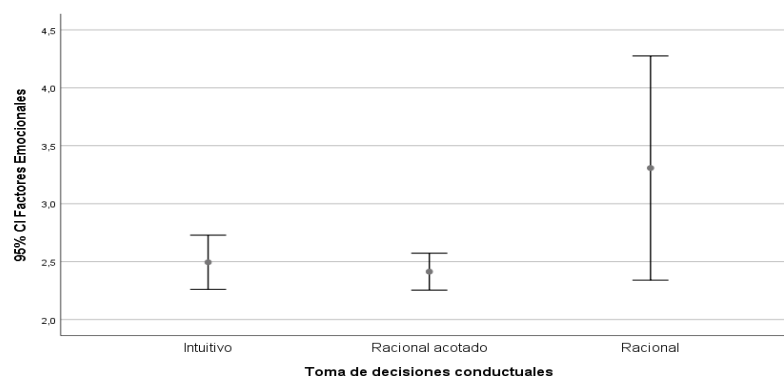
a. Prueba de Kruskal Wallis

b. Variable de agrupación: Toma de decisiones conductuales

Así mismo en las barras de error, observamos la relación entre las emociones y la toma de decisiones conductuales y no necesariamente son netamente racionales, en ese entender, se afirma que los factores emocionales afectan al proceso decisorio de la toma de decisiones conductuales, dado que como estudiantes de administración se encuentran influenciados por la emoción que sienten en un determinado momento y que los sesgos cognitivos ejercen un tipo de predisposición al momento de decidir; así mismo el grafico representa la mayor variabilidad que puede tener la racionalidad a diferencia de las decisiones racionales acotadas que el margen de variación es menor al igual que las decisiones intuitivas en que el margen se incrementa en mínima proporción; con ello se coincide con las teoría de Kahneman y Thaler que las decisiones no son estrictamente racionales y que al momento de decidir estas pueden ser intuitivas y hasta emocionales; como se muestra en la figura 35.

Figura 35

Barras de error Factores emocionales y la toma de decisiones conductuales



4.2 Discusión

Respecto a la toma de decisiones conductuales los estudiantes de Administración, el 55.6% toman decisiones con limitaciones siendo racionales acotadas, el 38.9% sus decisiones están basadas en lo intuitivo y el 5.4% toman decisiones netamente racionales con un interés de maximizar la utilidad, demostrándose que las decisiones conductuales no necesariamente tienden a ser racionales; por lo que confirmamos la teoría de Bechara y Damasio (2005) quienes señalan que hay un impacto de las emociones en el proceso de tomar decisiones. Y para tomar decisiones sensatas y racionales es crucial un procesamiento emocional previo y que existe un marcador somático a nivel de sistemas para comprender cómo las emociones y los sentimientos influyen en la toma de decisiones; en ese sentido Kahneman (2003) juntamente con Tversky indican, que a menudo las personas no toman decisiones racionales por mucho que lo intenten; puesto que éstas, serían afectadas por la psicología, la economía y otras disciplinas, contribuyendo así a una visión más realista y completa de la cognición humana.

Aplicando esta teoría de la racionalidad limitada en estudiantes de universidades de Castro et al. (2021) asevera que los jóvenes en formación deben tener la capacidad de lidiar con las emociones y aceptarlas a fin de mejorar su experiencia de satisfacción con la vida, dado que las decisiones influyen en este proceso y así evitar juicios sesgados.

Respecto a la supuesta racionalidad Damasio (2006) vislumbra actividad biológica que permiten captar estados corporales que cambian según la sensación que experimenta el individuo, dando mayor importancia a las emociones que modifican las decisiones quedando abierta la investigación de cuál sería la mejor combinación entre la emoción y la razón.

Así mismo Carangui et al. (2017) en el estudio de toma de decisiones muestra que los individuos deciden financieramente según las influencias de factores externos que tiene a disposición, y que la edad genera cierta certidumbre pero no determina la preferencia.

Por su parte Garay (2015) observa en su investigación de finanzas conductuales realizado a 795 personas una clara relación entre las emociones y su influencia positiva en el bienestar económico- financiero y la felicidad, ganando más tiempo para pensar, por ende decidir mejor en momentos de mayor crisis.

Sobre los resultados de los factores emocionales como la alegría, la sorpresa, el amor y la rabia, y la intensidad y duración de estas, ejercen influencia en la toma de decisiones racionales de los futuros administradores de la Región Puno determinado por un nivel de significancia $\alpha = 3\%$; concordando con Azzollini et al. (2011) que las decisiones estarían asociadas a diferentes factores emocionales como la clase de persona y/o la situación a la que se enfrenta.

También Páez et al. (2011) sostienen que la esfera afectiva cotidiana, son comunes los estados de ánimo positivos y negativos, superándolos estos últimos en aproximadamente dos veces de cada tres, lo que determina una decisión.

Así mismo se concuerda con Barroso (2021) la mayoría de las personas toman decisiones que están lejos de ser racionales desde el punto de vista de la economía tradicional, especialmente cuando son decisiones que implican la gestión de grandes números.

Como hace referencia (Cossini et al., 2017) que introducir estudios sobre sesgos aporta a la generación de mayor conocimiento de cómo razonamos o pensamos, y esto nos ayuda a mejorar nuestro pensamiento crítico, aceptando que el reconocimiento de emociones, muestran diferencias en las decisiones sean estas de miedo – sorpresa - enojo entre otras emociones básicas que afectan a las decisiones.

Según la intensidad de las emociones el 55.2% de los estudiantes sienten una moderada intensidad, seguido de poco intensas con 31.8%, continuando con el 11.7% que sienten bastante intensas sus emociones y considerando que más del 55% de los estudiantes asumen decisiones racionales acotadas; demostrando con un nivel de significancia de $\alpha = 4.5\%$, se confirma que la intensidad de las emociones influyen significativamente en la racionalidad acotada de la toma de decisiones, confirmando así la teoría de Richard Thaler en que el comportamiento humano no necesariamente optimiza sus resultados, seleccionando opciones limitadas por las emociones y el entorno, hasta el punto de no considerar la complejidad del problema, más bien las personas crean atajos mentales y heurísticas en sus decisiones.

También, Guerra (2018) indica, que se decide todo el tiempo, aunque no decidamos nada, pero ejercemos influencia hasta en los que se encuentran alrededor;



puesto que somos parte de un sistema y una sociedad, por lo que no hay decisiones aisladas o desarticuladas del medio social.

Según el tiempo que duran las emociones en los futuros administradores estas podrían variar el resultado de las decisiones intuitivas con un p - valor = α = 5%, dado que el 46.9% adoptan decisiones moderadas expresado en horas, seguido de aquellos que les dura poco las emociones con un 24.7% expresado en minutos, continuando con aquellos que las emociones les dura bastante teniendo una frecuencia del 22.2% expresado en días y el 6.3% de los estudiantes considera que sus emociones son nada duraderas expresado en segundos, tal es el caso de la sorpresa y el miedo. Coincidiendo con Santiago y Cante (2009) quienes indican que las personas suelen tomar decisiones basadas en impresiones intuitivas en lugar de depender de juicios cuidadosos y calculados como los propuestos por los teóricos de la elección racional, los cuales implicarían un proceso más elaborado y reflexivo.

CONCLUSIONES

- PRIMERO:** Se concluye que las decisiones de los futuros administradores de la Región Puno están fuertemente influenciadas por factores emocionales respaldadas por relación entre ambas con una significancia asintótica de $\alpha = 3\%$, lo que implica que las decisiones tienden a cambiar de acuerdo con las emociones experimentadas en un determinado momento, lo que indica que la variabilidad emocional juega un papel importante en el proceso decisonal,; además se confirma que las decisiones conductuales son susceptibles de variación según las emociones que se puedan sentir.
- SEGUNDO:** En el contexto de la toma de decisiones las emociones desempeñan un lugar importante; pero la especificidad de estas no exhibe una influencia significativa en las decisiones racionales adoptadas por los estudiantes de administración obteniendo una significancia asintótica de $\alpha = 8.4\%$, lo que sugiere que la especificidad de las emociones no ejerció influencia significativa en la toma de decisiones racionales, permitiendo la existencia de otros elementos que inciden en este proceso decisorio. Concluyendo que la toma de decisiones racionales requiere de un proceso complejo que involucra una interacción de múltiples factores, no limitándose únicamente a la especificidad de las emociones.
- TERCERO:** Se evidencia que la intensidad con la cual los futuros administradores experimentan sus emociones ejercen influencia de manera considerable en las decisiones racionales, con una significancia asintótica de $\alpha = 4.5\%$, se establece una relación significativa entre la intensidad emocional y las elecciones estratégicas; ya que la variabilidad en la intensidad emocional puede tener el potencial de modificar las decisiones adoptadas, afectando así la calidad y la objetividad del proceso decisorio, por lo tanto es preciso que los estudiantes deban de tener en cuenta que la intensidad emocional podría variar modificar las decisiones.
- CUARTO:** La duración temporal de las emociones experimentadas por los futuros administradores se revela como un factor crítico que puede influir significativamente en los resultados de las decisiones intuitivas, con una significancia asintótica de $\alpha = 5\%$, se evidencia la relación existente entre



la duración emocional y su impacto en las decisiones intuitivas, lo que afectar la calidad y objetividad de sus elecciones.

QUINTO: La investigación subraya la indiscutible influencia de los factores emocionales en la toma de decisiones comportamentales de los futuros administradores, destacando la importancia de considerar no solo la intensidad, sino también la duración temporal de las emociones, a fin de moldear las decisiones intuitivas como las racionales acotadas.

RECOMENDACIONES

- PRIMERO:** Teniendo en cuenta que las emociones influyen en el proceso decisorio se recomienda que los estudiantes de administración en la Región Puno incorporen en su formación, estrategias específicas para gestionar y comprender sus emociones durante el proceso de toma de decisiones, pudiendo incluir desarrollo de habilidades de autoconciencia y autorregulación para abordar de manera efectiva la variabilidad emocional.
- SEGUNDO:** Se sugiere que los estudiantes de administración enfoquen sus esfuerzos en el desarrollo de habilidades analíticas y de pensamiento crítico, a fin de abordar de manera más integral y balanceada los diversos factores que intervienen en la toma de decisiones racionales. Además, de incorporar estrategias de gestión emocional que les permitan reconocer y regular sus emociones, contribuyendo así a un proceso decisonal más informado y equitativo.
- TERCERO:** Se aconseja a los profesionales en formación que integren prácticas de autorreflexión y autoconciencia emocional, lo que les permitirá reconocer y comprender la variabilidad en la intensidad emocional, favoreciendo una adopción de decisiones más ponderadas y objetivas.
- CUARTO:** Se sugiere a los futuros administradores que incorporen prácticas de gestión temporal emocional como parte integral de su desarrollo profesional, lo cual permitirá reconocer y regular la duración emocional mejorando de la calidad y objetividad en sus elecciones intuitivas. Además, les ayudará a mantener la calma y la claridad en momentos de alta emotividad y en situaciones empresariales dinámicas.
- QUINTO:** Se recomienda a los estudiantes de administración, proveerse de capacitaciones y técnicas de toma de decisiones que les ayude a desarrollar habilidades de inteligencia emocional, lo que promoverá una mayor conciencia y regulación emocional.

BIBLIOGRAFÍA

- Abellán, J., y Jimenez, D. (2020). Behavioral economics to improve lifestyle choices and to reduce risk factors. *Gaceta Sanitaria*, 34(2), 197–199. <https://doi.org/10.1016/j.gaceta.2019.05.014>
- Ander E. (2016). *Diccionario de Psicología* (3ra. edición). Editorial Brujas . [http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1214/1/Ander-Psicología 3ra ed.pdf](http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1214/1/Ander-Psicología%203ra%20ed.pdf)
- Barroso, H. (2021, April 19). *Sesgos Cognitivos y principios que afectan a la conversión*. 2021. <https://www.inesdi.com/blog/sesgos-cognitivos-y-principios-que-afectan-la-conversion/>
- Bechara, A., y Damasio, A. (2005). The somatic marker hypothesis: A neural theory of economic decision. *Games and Economic Behavior*, 52(2), 336–372. <https://doi.org/10.1016/j.geb.2004.06.010>
- Bedregal, P. (2010). Reflexiones en torno a las emociones en la toma de decisiones éticas en medicina. *Revista Chilena de Neuropsicología*, 5, 21–30. www.neurociencia.cl
- Bisquerra, R. (2009). *Psicopedagogía de las emociones* (E. Síntesis (ed.)). www.sintesis.com
- Cairo, V. (2018). Economía conductual, paternalismo libertario y libertad de elegir. *Quipukamayoc*, 26(52), 103–112. <https://doi.org/10.15381/quipu.v26i52.15490>
- Carangui, P., Garbay, J., y Valencia, B. (2017). Finanzas personales: la influencia de la edad en la toma de decisiones financieras. *Killkana Social*, 1(3), 81. https://doi.org/10.26871/killkana_social.v1i3.66
- Castro, N., Suárez, X., y Barra, E. (2021). Relaciones de las dificultades de regulación emocional y los factores de personalidad con la satisfacción vital de estudiantes universitarios. *Liberabit*, 27(1), e433. <https://doi.org/10.24265/LIBERABIT.2021.V27N1.02>
- Chóliz, M. (2005). *Psicología de la emoción: el proceso emocional*. www.uv.es/=cholz

- Cossini, F., Rubinstein, W., y Politis, D. (2017). ¿Cuántas son las emociones básicas? Estudio preliminar en una muestra de adultos mayores sanos. *Redalyc.Org*, 24, 253–257. <https://www.redalyc.org/pdf/3691/369155966032.pdf>
- Damasio, A. (2006). *El error de Descartes* (Reimpresión, Vol. 2). Editorial Crítica. http://www.librosmaravillosos.com/elerrordedescartes/pdf/El_error_de_Descartes_-_Antonio_Damasio.pdf
- Damasio, A. (2014). En busca de Spinoza. Neurobiología de la emoción y los sentimientos. *EPISTEME*, 34(1), 97–100. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-43242014000100006&lng=es&synrm=1&isoyt=1&lng=es
- Duque, J., García, M., y Hurtado, A. (2017). Influence of emotional intelligence on job skills: An empirical study in employees at the administrative level. *Estudios Gerenciales*, 33(144), 250–260. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.06.005>
- Esguerra, G. (2016). Economía conductual, principios generales e implicaciones. *Cuadernos Hispanoamericanos de Psicología*, 15(1), 67–72. <https://doi.org/10.18270/chps.v15i1.1780>
- Fernández, A., Ladrón De Guevara, R., y Madrid, R. (2017, March). *Las finanzas conductuales en la toma de decisiones*. 127–144. http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v13n13/v13n13_a09.pdf
- Fernández, E., y Jiménez, M. (2010). *Psicología de la emoción*. <https://www.cerasa.es/media/areces/files/book-attachment-2986.pdf>
- Galicia, L., Balderrama, J., y Edel, R. (2017). Validez de contenido por juicio de expertos: propuesta de una herramienta virtual Content validity by experts judgment: Proposal for a virtual tool. *Apertura - Universidad de Guadalajara*, 9(2), 42–53. <https://doi.org/10.32870/Ap.v9n2.993>
- Garay, G. (2015). Las Finanzas Conductuales, el Alfabetismo Financiero y su Impacto en la Toma de Decisiones Financieras, el Bienestar Económico y la Felicidad. *Revista Perspectivas*, 36, 7–34. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332015000200002&script=sci_arttext

- García, J., Sarabia, S., y Hernández, P. (2022). Tres grandes enigmas de los sesgos cognitivos. *SCIO: Revista de Filosofía*, 22, 99–125. https://doi.org/10.46583/scio_2022.22.1031
- García, M. (2016). *Tesis las emociones como componente de la racionalidad humana* [Universidad de Salamanca]. chrome-extension://dagcmkpagjlhakfdhnbomgmjdpkdklff/enhanced-reader.html?pdf=https%3A%2F%2Fgredos.usal.es%2Fbitstream%2Fhandle%2F10366%2F132952%2FDFLFC_Garc%25EDaSede%25F1oMA_EmocionesComponente.pdf%3Bjsessionid%3D8AFB147304EA1926124C7DBB1A5A2B5E%3Fsequen
- Goleman, D. (2003). *Inteligencia emocional* (E. Kairós (ed.); Issue 1). <https://doi.org/10.16309/j.cnki.issn.1007-1776.2003.03.004>
- González, A., Secades, R., Martínez, V., y Fernández, J. (2020). Behavioral economic applications in the assessment, prevention, and psychological treatment of addictions. *Papeles Del Psicólogo*, 41(2), 91–98. <https://doi.org/10.23923/PAP.PSICOL2020.2922>
- Guerra, L. (2018). Controversias sobre intuición, toma de decisiones económicas. *Pensamiento Crítico*, 22(2), 159–174. <https://doi.org/10.15381/pc.v22i2.14335>
- Hens, T., y Meier, A. (2016). Finanzas Conductuales: La Psicología de la Inversión. *Behavioral Finance Solutions GmbH Una Firma de La Universidad de Zürich*, 1–56. <http://s1.pulso.cl/wp-content/uploads/2014/10/2013779.pdf>
- Hernández, R., Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. <http://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Hsu, M. (2005). Neural Systems Responding to Degrees of Uncertainty in Human Decision-Making. *Science*, 310(5754), 1680–1683. <https://doi.org/10.1126/science.1115327>
- James, W. (1989). *Principios De Psicología* (Primera edición). Fondo de cultura económica. <https://idoc.pub/documents/idocpub-9n0kmkq6kx4v>

- Kahneman, D. (2003). Mapas de racionalidad limitada: psicología para una economía conductual. Discurso pronunciado en el acto de entrega del premio Nobel de Economía 2002. *RAE: Revista Asturiana de Economía*, 28, 181–225.
- Kahneman, D. (2011). *Pensar rápido, pensar despacio*
https://catedradatos.com.ar/media/kahneman_pensar.pdf
- Kahneman, D., y Tversky, A. (1987). Teoría prospectiva: un análisis de la decisión bajo riesgo. In *Estudios de Psicología* (Issue 29). Fundación Infancia y Aprendizaje.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=65981>
- Klein, G. (2015). A naturalistic decision making perspective on studying intuitive decision making. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 4(3), 164–168. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2015.07.001>
- Knutson, B., y Bossaerts, P. (2007). Neural antecedents of financial decisions. *The Journal of Neuroscience: The Official Journal of the Society for Neuroscience*, 27(31), 8174–8177. <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.1564-07.2007>
- Lazarus, R. (2000). Toward better research on stress and coping. *American Psychologist*, 55(6), 665–673. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.6.665>
- Leriche, C., y Caloca, O. (2007). ¿Homo economicus vs. homo creencial? Prolegómenos de una teoría del error. *Análisis Económico*, XXII(51), 157–178.
<https://www.redalyc.org/pdf/413/41311486009.pdf>
- Lind, D., Marchal, W., y Wathen, S. (2012). *Estadística aplicada a los negocios y la economía* (15va. Ed.). McGraw-Hill Interamericana.
- Manes, F. (2011). *C5n - los enigmas del cerebro - decisiones - parte 1 - YouTube*.
<https://www.youtube.com/watch?v=DsJswIbw8ZUyt=924s>
- Manrique, H., y De Castro, A. (2019). Toma de decisiones: intuición y deliberación en la experiencia de los decisores. *Innovar*, 29(73), 149–164.
<https://doi.org/10.15446/INNOVAR.V29N73.78028>
- Márquez, M., y Gaeta, M. (2018). Competencias emocionales y toma de decisiones responsable en preadolescentes con el apoyo de docentes, padres y madres de familia: Un estudio comparativo en estudiantes de 4° a 6° año de educación

- primaria en España. *Revista Electronica Educare*, 22(1), 1–25.
<https://doi.org/10.15359/ree.22-1.9>
- Melamed, A. (2016). *Las teorías de las emociones y su relación con la cognición: un análisis desde la filosofía de la mente (emotion theories and its relation with cognition: an analysis from philosophy of mind)*.
<https://www.redalyc.org/pdf/185/18551075001.pdf>
- Michelini, Y., Acuña, I., Acuña, A., y Godoy, J. (2016). *Emociones, toma de decisiones y consumo de alcohol en jóvenes universitarios la licencia CC BY-NC-ND (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)*. 3(2), 42–50.
<https://doi.org/10.1016/j.sumpsi.2016.01.001>
- Montgomery, W. (2014). La economía conductual y el análisis experimental del comportamiento de consumo. *Revista de Investigación En Psicología*, 14(1), 281.
<https://doi.org/10.15381/rinvp.v14i1.2088>
- Muñoz, A., Borbón, C., y Laborín, J. (2019). Economía del Comportamiento: un campo fértil para la investigación de aplicaciones en política pública para México. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 29(53). <https://doi.org/10.24836/es.v29i53.715>
- Oviedo, H., y Campo, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(1), 572–580.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009&lng=en&nrm=isoyt&lng=es
- Páez, D., Bobowik, M., Carrera, P., y Bosco, S. (2011). Evaluación de Afectividad durante diferentes episodios emocionales. *Dialnet*, 151–163.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4865483>
- Paredes, M. (2014). *La toma de decisiones entre las emociones y la racionalidad*. chrome-extension://dagcmkpagjlhakfdhnbomgmjdpkdklff/enhanced-reader.html?pdf=http%3A%2F%2Fbiblio.unvm.edu.ar%2Fopac_css%2Fdoc_num.php%3Fexplnum_id%3D1112

- Pinedo, I., y Yáñez, J. (2018). Las emociones: una breve historia en su marco filosófico y cultural en la Antigüedad. *Cuadernos de Filosofía Latinoamericana*, 39(119), 13–45. <https://doi.org/10.15332/25005375.5049>
- Robbins, S., y Judge, T. (2013). *Comportamiento Organizacional* (Pablo Miguel Guerrero Rosas (ed.); 13va. Ed.). PRENTICE HALL INC. https://psiqueunah.files.wordpress.com/2014/09/comportamiento-organizacional-13a-ed-_nodrm.pdf
- Rodríguez, E. (2012). *Toma de decisiones: la economía conductual*. [https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/13074/Trabajo fin de m%Elster Eduardo Rodr%EDguez Quintana.pdf;jsessionid=9F9FE272BDC60BFB8BAFF7B9372294BD?sequence=1](https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/13074/Trabajo%20fin%20de%20mster%20Eduardo%20Rodr%C3%94guez%20Quintana.pdf;jsessionid=9F9FE272BDC60BFB8BAFF7B9372294BD?sequence=1)
- Rosales, M., Juárez, C., y Barros, P. (2018). Evolución y genómica del cerebro humano. *Neurología*, 33(4), 254–265. <https://doi.org/10.1016/J.NRL.2015.06.002>
- Ruiz, J. (2020). ¿Qué es y en qué consiste la economía conductual? - Renta 4 Blog. *De Ahorrador a Inversor*. <https://blog.r4.com/que-es-economia-conductual/>
- Russell, J. (1980). A circumplex model of affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(6), 1161–1178. <https://doi.org/10.1037/h0077714>
- Santamaría, J. (2018). *Partes del cerebro (+ Funciones) ¿Cómo se divide el encéfalo?* Psicología y Relaciones de Pareja . <https://terapiadeparejaweb.com/partes-del-cerebro-humano>
- Santiago, J., y Cante, F. (2009). Intuición, sesgos y heurísticas en la elección. *Cuadernos de Economía*, 28(50). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-47722009000100001
- Sarmiento, L. (2018). (PDF) La Toma de Decisiones en el Cerebro: una Perspectiva Emocional. *Federal University of Pará*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35508.55681>

- Sarmiento, L., y Ríos, J. (2017). Bases neurales de la toma de decisiones e implicación de las emociones en el proceso. *Revista Chilena de Neuropsicología*, 12(2), 32–37. <https://doi.org/10.5839/rcnp.2017.12.02.06>
- Silva, S. (2018). Sesgos, heurísticas y arquitectura de las decisiones: “Un pequeño empujón” como introducción al paternalismo libertario de Richard H. Thaler y Cass R. Sunstein. *Sociedad y Economía*. <https://doi.org/10.25100/sye.v0i35.7300>
- Smith, A. (1794). *Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*. https://www.marxists.org/espanol/smith_adam/1776/riqueza/smith-tomo1.pdf
- Sunstein, C., y Thaler, R. (2006). El Paternalismo Libertario no es un Oximorón. *Derecho y Sociedad*, 0(27), 159–182.
- Sunstein, C., y Thaler, R. (2017). *Un pequeño empujón, el impulso que necesitas para tomar mejores decisiones sobre salud, dinero y felicidad*. Penguin Random House Grupo Editorial.
- Tejedor, J. (2020). La economía conductual, un campo multidisciplinar. *Revista Finanzas y Política Económica*, 12(1), 9–13. <https://doi.org/10.14718/REVFINANZPOLITECON.V12.N1.2020.3402>
- Thaler, R. (2018). *Economía del comportamiento: pasado, presente y futuro*. <https://doi.org/10.18601/01245996.v20n38.02>
- Thaler, R. (2000). Del homo economicus al homo sapiens. *Journal of Economic Perspectives*, XVIII, 735–774.
- Thaler, R. (2018). Behavioral economics: Past, present, and future. *Revista de Economía Institucional*, 20(38), 9–43. <https://doi.org/10.18601/01245996.v20n38.02>
- Tortolero, M., y Acosta, M. (2017, January 21). *El cerebro emocional: sistema límbico*. Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado” Venezuela- Decanato de Ciencias de La Salud. Departamento de Ciencias de La Conducta. <https://psicomed2017.wordpress.com/2017/01/21/el-cerebro-emocional-sistema-limbico/>
- Urbano, M. (2018). *Lo que quiero ser: toma de decisiones respecto a la ocupación futura en adolescentes de dos instituciones educativas de lima*.



[https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13659/Urba
no_Flores_Lo que quiero_ser1.pdf](https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/13659/Urba
no_Flores_Lo que quiero_ser1.pdf)

Useche, A. (2015). Construcción de portafolios de inversión desde las finanzas del comportamiento: una revisión crítica. *Cuadernos de Administración*, 28(51), 11–43. <https://doi.org/10.11144/Javeriana.cao28-51.cpi>

Zirena, M. (2019). *Influencia de la educación financiera en la toma de decisiones neurofinancieras de los estudiantes de administración de la Universidad Nacional Del Altiplano* [Universidad Nacional Del Altiplano]. http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/12134/Marisol_Gonzaga_Zirena_Cano.pdf?sequence=1

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de consistencia

FACTORES EMOCIONALES Y LA TOMA DE DECISIONES CONDUCTUALES EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE UNIVERSIDADES NACIONALES CON LICENCIAMIENTO DE LA REGIÓN PUNO

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Indicadores	Metodología	Estadística
¿Cómo los factores emocionales influyen en la toma de decisiones conductuales de los estudiantes de administración de la Región de Puno?	Analizar la influencia de los factores emocionales en la toma de decisiones conductuales de los estudiantes de administración de universidades nacionales de la Región de Puno	Los factores emocionales influyen directamente en la toma de decisiones conductuales de los estudiantes de administración de universidades nacionales de la Región de Puno	V.I. (X) Factores emocionales V.D. (Y) Toma de decisiones conductuales	Positivos Negativos Ambiguos Racionales Rac. Acotada Intuitiva	Enfoque: Cuantitativo; Método Deductivo Diseño experimental Alcance: Explicativo Dimensión Transversal	Estadística descriptiva, con datos no paramétricos Prueba correlacional y prueba de Kruskal – Wallis
¿De qué manera la especificidad de las emociones influye en la toma de decisiones racionales de los estudiantes de administración de Puno?	Determinar la especificidad de las emociones y la influencia en la toma de decisiones racionales de los estudiantes de administración de Puno	La especificidad de las emociones influye significativamente en la toma de decisiones racionales de los estudiantes de administración de Puno	1) V.I. Especificidad de las emociones V.D. Toma de decisión racionales	Positivos Negativos Ambiguos Racionales Rac. Acotada Intuitiva	Enfoque: Cuantitativo; Método Deductivo Diseño experimental Alcance: Explicativo	Estadística descriptiva, Análisis estadístico inferencial Prueba de Kruskal – Wallis
¿De qué manera la intensidad de las emociones influye en la racionalidad acotada de la toma de decisiones de los estudiantes de administración de Puno?	Identificar como la intensidad de las emociones influyen en la racionalidad acotada de la toma de decisiones de los estudiantes de administración de Puno	La intensidad de las emociones influye considerablemente en la racionalidad acotada de la toma de decisiones de los estudiantes de administración de Puno	2) V.I. Intensidad de las emociones V.D. racionalidad acotada de toma de decisiones	Alta Regular Baja Racionales Rac. Acotada Intuitiva	Enfoque: Cuantitativo; Método Deductivo Diseño experimental Alcance: Explicativo	Estadística descriptiva, Análisis estadístico inferencial Prueba de Kruskal – Wallis
¿De qué manera, la temporalidad de las emociones estimulan las decisiones intuitivas emotivas de los estudiantes de administración de Puno?	Definir como la temporalidad de duración de las emociones, estimulan las decisiones intuitivas (emotivas) de los estudiantes de administración de Puno	La temporalidad de las emociones estimula significativamente en las decisiones intuitivas emotivas de los estudiantes de administración de Puno	3) V.I. temporalidad de las emociones V.D. Toma de decisión emotivas	Nivel Alto Nivel Medio Nivel Bajo Racionales Rac. Acotada Intuitiva	Enfoque: Cuantitativo; Método Deductivo Diseño experimental Alcance: relacional	Estadística descriptiva, Análisis estadístico inferencial Prueba de Kruskal – Wallis

Anexo 2. Cuestionario

FACTORES EMOCIONALES Y TOMA DE DECISIONES CONDUCTUALES

Un cordial saludo.

La siguiente encuesta se realiza en el ámbito de la investigación relacional explicativa; de esta manera no se publicarán los resultados individuales, ni representarán beneficios económicos para el investigador, en virtud de lo anterior se solicita su **amable** colaboración para responder de manera sincera y espontánea a las preguntas que se detallan, marcando la opción que más se ajuste a tu pensar y comportamiento habitual.

Correo:

I. INFORMACIÓN GENERAL

1. **Género:** a) Masculino b) Femenino
2. **Edad:** _____ años
3. **Ciclo de estudios en el que te encuentras:** _____ Ciclo
4. **Tu procedencia es:** a) Urbana b) Rural
5. **Aparte de estudiar ¿Realizas alguna actividad económica?**
a) Solo estudio b) Apoyo en una actividad económica familiar c) Trabajo

II. FACTORES EMOCIONALES y TOMA DE DECISIONES CONDUCTUALES

Responde de manera sincera y espontánea.

6. En este momento ¿Cuál de estas emociones te identifica?

- a) Amor b) Alegría c) Sorpresa d) Rabia e) Tristeza f) Miedo

7. Normalmente ¿Cuál es la emoción que predomina en ti?

- a) Amor b) Alegría c) Sorpresa d) Rabia e) Tristeza f) Miedo

Considerando la siguiente escala donde: 1 = Nada 2 = Poco 3 = Moderada 4 = Bastante 5 = Demasiado

8. ¿Qué tan intensas o fuertes son tus emociones? Respecto a:	1	2	3	4	5
a) Amor					
b) Alegría					
c) Sorpresa					
d) Rabia					
e) Tristeza					
f) Miedo					
9. ¿Cuánto crees que los demás notan tus emociones? En cuanto a:	1	2	3	4	5
a) Amor					
b) Alegría					
c) Sorpresa					
d) Rabia					
e) Tristeza					
f) Miedo					
10. ¿Qué tan duraderas son tus emociones? Respecto a:	1	2	3	4	5
a) Amor					
b) Alegría					
c) Sorpresa					
d) Rabia					
e) Tristeza					
f) Miedo					
11. Recordando algún momento vivido ¿Cuánto tiempo crees que te impacto la emoción que sentiste? Respecto a:	1	2	3	4	5
a) Amor					
b) Alegría					
c) Sorpresa					
d) Rabia					
e) Tristeza					
f) Miedo					

DECISIONES CONDUCTUALES - Contesta según tu pensar y comportamiento habitual.

12. Seleccione la expresión que mejor te identifique

- a) Ese perro enorme me van a morder...
b) No creo que muerda, pero mejor no paso por ahí
c) La mayoría de las mascotas son inofensivas

13. Un bate y una pelota cuestan \$1.10 en total, el bate cuesta \$1 más que la pelota ¿Cuánto cuesta la pelota?

- a) \$ 0.10 centavos de dólar
b) \$ 0.50 centavos de dólar
c) \$ 0.05 centavos de dólar

14. Si la mayoría dona S/ 5000 y tienes dinero de más ¿Cuánto estarías dispuesto a dar para una acción benéfica?

- a) S/ 5,000.00
b) S/ 1,000.00

- c) S/ 5.00
- 15. Si la UIT del 2023 es S/ 4950 y cometiste una infracción de tránsito muy grave (como peatón) ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar con descuento por pronto pago?**
- a) S/ 138.00
b) S/ 46.92
c) S/ 23.46
- 16. ¿Hasta qué punto debemos prepararnos ante riesgos de terremotos en la zona?**
- a) No es necesario, tenemos pocas probabilidades del riesgo
b) Es poco probable, pero debemos considerar un kit de primeros auxilios
c) Está considerado, tengo identificado zonas de riesgo y listo el kit de primeros auxilios
- 17. Te encontraste S/ 100 en la calle que probabilidad tendrías de encontrar S/ 20**
- a) Muchas
b) Pocas
c) Ninguna
- 18. Un empresario tras acertar en varias decisiones, ¿la probabilidad que la siguiente decisión sea acertada es mayor de lo normal?**
- a) Totalmente de acuerdo
b) La probabilidad es la misma
c) En desacuerdo
- 19. Anny es una joven inteligente y muy agraciada ¿Cuál será su carácter?**
- a) Alegre y divertida
b) Segura y tranquila
c) Malhumorada y triste
- 20. Tienes una materia muy complicada, ¿La probabilidad de ser aprobado, por encima del promedio de tus compañeros será?**
- a) Más probabilidades que mis compañeros
b) Las mismas probabilidades
c) Menos probabilidades que mis compañeros
- 21. La posibilidad que tienes de sufrir una enfermedad grave es:**
- a) Menor a la de tus amigos
b) La posibilidad es igual a la de tus amigos
c) Mayor a la de tus amigos
- 22. ¿Cuál de las acciones te generaría una reacción?**
- a) Que te den menos de lo que le dieron a los demás
b) Que te den lo mismo que a los demás
c) Que te den más de lo que le dieron a los demás
- 23. Si tiran una moneda; si sale cara Ud. gana S/ X y si sale cruz pierde S/ 100 ¿Cuánto debería de ser X para que participes de la apuesta?**
- a) S/ 200
b) S/ 100
c) S/ 50
- 24. Te encuentras viendo un programa muy interesante, al terminar:**
- a) Continúas viendo el siguiente programa a ver si esta interesante
b) Cambias y no encuentras nada interesante
c) Lo apagas por no haber nada que te llame la atención
- 25. El tiempo que tiene el tono de tu celular es:**
- a) Es el mismo que cambié la 1ra vez que lo adquirí
b) Lo cambio muy de vez en cuando, solo cuando hay algún motivo
c) Lo cambio a cada rato, aún sin motivo alguno
- 26. Ante una enfermedad grave, el riesgo de aplicarse una vacuna pasará de 1/100,000 a 2/100,000; mientras que el riesgo de aplicarse otra vacuna fuera del doble del que antes tenía. ¿Cuál de las vacunas te aplicarías?**
- a) La primera vacuna
b) La segunda vacuna
c) No me vacuno
- 27. En un local X un celular de alta gama cuesta a S/ 2350 y los audífonos a S/ 90 con un descuento de 20% en el último si llevas ambos; pero en la tienda distribuidora de equipos tecnológicos, el celular está a S/ 2340 y los audífonos a S/ 82 ¿En qué lugar preferirías comprar?**
- a) En la distribuidora de equipos tecnológicos
b) En ninguno de ellos
c) En el local X

Gracias...

Anexo 3. Frecuencias relativas

1. Genero		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Masculino	90	37.7	37.7	37.7
	Femenino	149	62.3	62.3	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

3. Ciclo estudios – Grupo		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	I - II	47	19.7	19.7	19.7
	III - IV	74	31.0	31.0	50.6
	V - VI	29	12.1	12.1	62.8
	VII - VIII	37	15.5	15.5	78.2
	IX - X	52	21.8	21.8	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

2. Edad - Grupo		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	< 18 años	28	11.7	11.7	11.7
	18 - 20 años	73	30.5	30.5	42.3
	21 - 23 años	112	46.9	46.9	89.1
	> 23 años	26	10.9	10.9	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

4. Procedencia		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Urbana	140	58.6	58.6	58.6
	Rural	99	41.4	41.4	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

5. Actividad realizada		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Solo estudio	102	42.7	42.7	42.7
	Apoyo en actividad económica familiar	65	27.2	27.2	69.9
	Trabajo	72	30.1	30.1	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

6. Emoción que lo identifica		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Amor	11	4.6	4.6	4.6
	Alegría	129	54.0	54.0	58.6
	Sorpresa	68	28.5	28.5	87.0
	Rabia	4	1.7	1.7	88.7
	Miedo	27	11.3	11.3	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

7. Emoción que predomina		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Amor	7	2.9	2.9	2.9
	Alegría	159	66.5	66.5	69.5
	Sorpresa	53	22.2	22.2	91.6
	Rabia	4	1.7	1.7	93.3
	Miedo	16	6.7	6.7	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

8. Intensidad de amor		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Nada intensa	11	4.6	4.6	4.6
	Poco intensa	45	18.8	18.8	23.4
	Moderada intensidad	132	55.2	55.2	78.7
	Bastante intensa	51	21.3	21.3	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

8. Intensidad de alegría		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Nada intensa	1	0.4	0.4	0.4
	Poco intensa	21	8.8	8.8	9.2
	Moderada intensidad	128	53.6	53.6	62.8
	Bastante intensa	89	37.2	37.2	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

8. Intensidad de sorpresa		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Nada intensa	10	4.2	4.2	4.2
	Poco intensa	73	30.5	30.5	34.7
	Moderada intensidad	115	48.1	48.1	82.8
	Bastante intensa	41	17.2	17.2	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

8. Intensidad de rabia		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Nada intensa	45	18.8	18.8	18.8
	Poco intensa	80	33.5	33.5	52.3
	Moderada intensidad	79	33.1	33.1	85.4
	Bastante intensa	35	14.6	14.6	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

8. Intensidad de tristeza		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Nada intensa	16	6.7	6.7	6.7
	Poco intensa	70	29.3	29.3	36.0
	Moderada intensidad	106	44.4	44.4	80.3
	Bastante intensa	47	19.7	19.7	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

8. Intensidad de miedo		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Nada intensa	24	10.0	10.0	10.0
	Poco intensa	71	29.7	29.7	39.7
	Moderada intensidad	99	41.4	41.4	81.2
	Bastante intensa	45	18.8	18.8	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

9. Notoriedad de amor		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Nada notorio	28	11.7	11.7	11.7
	Poco notorio	87	36.4	36.4	48.1
	Moderada notoriedad	92	38.5	38.5	86.6
	Bastante notorio	32	13.4	13.4	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

9. Notoriedad de alegría		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Nada notorio	5	2.1	2.1	2.1
	Poco notorio	32	13.4	13.4	15.5
	Moderada notoriedad	122	51.0	51.0	66.5
	Bastante notorio	80	33.5	33.5	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

9. Notoriedad de sorpresa		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Nada notorio	28	11.7	11.7	11.7
	Poco notorio	83	34.7	34.7	46.4
	Moderada notoriedad	83	34.7	34.7	81.2
	Bastante notorio	45	18.8	18.8	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

9. Notoriedad de rabia		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Nada notorio	52	21.8	21.8	21.8
	Poco notorio	85	35.6	35.6	57.3
	Moderada notoriedad	72	30.1	30.1	87.4
	Bastante notorio	30	12.6	12.6	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

9. Notoriedad de tristeza		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Nada notorio	53	22.2	22.2	22.2
	Poco notorio	92	38.5	38.5	60.7
	Moderada notoriedad	75	31.4	31.4	92.1
	Bastante notorio	19	7.9	7.9	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

9. Notoriedad de miedo		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Nada notorio	52	21.8	21.8	21.8
	Poco notorio	91	38.1	38.1	59.8
	Moderada notoriedad	70	29.3	29.3	89.1
	Bastante notorio	26	10.9	10.9	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

10. Duración de amor		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Segundos	14	5.9	5.9	5.9
	Minutos	52	21.8	21.8	27.6
	Horas	107	44.8	44.8	72.4
	Días	66	27.6	27.6	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

10. Duración de alegría		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Segundos	2	0.8	0.8	0.8
	Minutos	46	19.2	19.2	20.1
	Horas	124	51.9	51.9	72.0
	Días	67	28.0	28.0	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

10. Duración de sorpresa		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Segundos	48	20.1	20.1	20.1
	Minutos	111	46.4	46.4	66.5
	Horas	63	26.4	26.4	92.9
	Días	17	7.1	7.1	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

10. Duración de rabia		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Segundos	40	16.7	16.7	16.7
	Minutos	109	45.6	45.6	62.3
	Horas	74	31.0	31.0	93.3
	Días	16	6.7	6.7	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

10. Duración de tristeza		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Segundos	15	6.3	6.3	6.3
	Minutos	59	24.7	24.7	31.0
	Horas	112	46.9	46.9	77.8
	Días	53	22.2	22.2	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

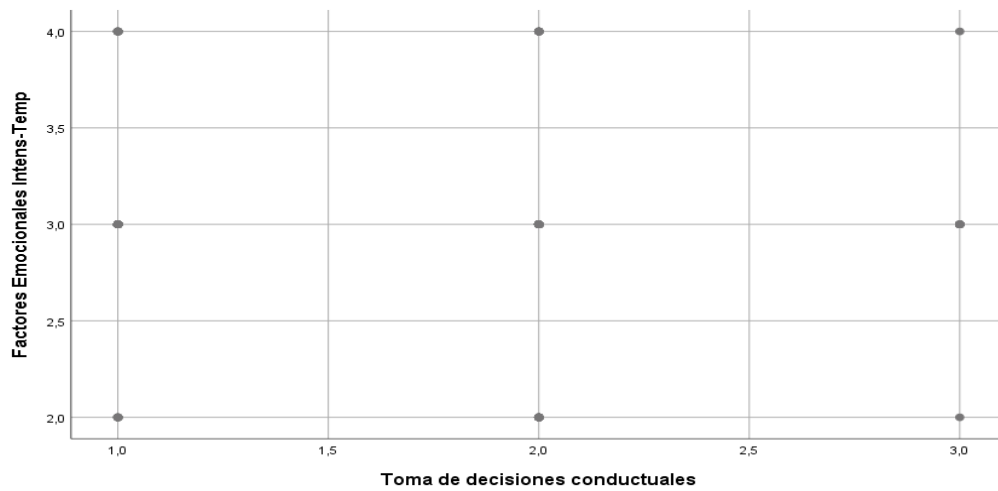
10. Duración de miedo		Frec.	%	% válido	% acum.

Válido	Segundos	32	13.4	13.4	13.4
	Minutos	105	43.9	43.9	57.3
	Horas	69	28.9	28.9	86.2
	Días	33	13.8	13.8	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
11. Impacto de amor		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Segundos	16	6.7	6.7	6.7
	Minutos	46	19.2	19.2	25.9
	Horas	116	48.5	48.5	74.5
	Días	61	25.5	25.5	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
11. Impacto de alegría		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Segundos	14	5.9	5.9	5.9
	Minutos	43	18.0	18.0	23.8
	Horas	102	42.7	42.7	66.5
	Días	80	33.5	33.5	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
11. Impacto de sorpresa		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Segundos	40	16.7	16.7	16.7
	Minutos	79	33.1	33.1	49.8
	Horas	84	35.1	35.1	84.9
	Días	36	15.1	15.1	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
11. Impacto de rabia		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Segundos	34	14.2	14.2	14.2
	Minutos	94	39.3	39.3	53.6
	Horas	82	34.3	34.3	87.9
	Días	29	12.1	12.1	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
11. Impacto de tristeza		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Segundos	24	10.0	10.0	10.0
	Minutos	64	26.8	26.8	36.8
	Horas	99	41.4	41.4	78.2
	Días	52	21.8	21.8	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
11. Impacto de miedo		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Segundos	31	13.0	13.0	13.0
	Minutos	92	38.5	38.5	51.5
	Horas	83	34.7	34.7	86.2
	Días	33	13.8	13.8	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
12. Como pensamos S1-2		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Ese perro enorme me va a morder...	27	11.3	11.3	11.3
	No creo que muerda, pero mejor no paso por ahí	145	60.7	60.7	72.0
	La mayoría de las mascotas son inofensivas	67	28.0	28.0	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
13. Como pensamos - Bate		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	\$ 0.10 centavos de dólar	165	69.0	69.0	69.0

	\$ 0.50 centavos de dólar	40	16.7	16.7	85.8
	\$ 0.05 centavos de dólar	34	14.2	14.2	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
<hr/>					
14. Anclaje y ajuste - Donación		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	S/ 5,000	100	41.8	41.8	41.8
	S/ 1,000	108	45.2	45.2	87.0
	S/ 5	31	13.0	13.0	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
<hr/>					
15. Anclaje y ajuste - UIT		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	S/ 138	76	31.8	31.8	31.8
	S/ 46.92	95	39.7	39.7	71.5
	S/ 23.46	68	28.5	28.5	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
<hr/>					
16. Disponibilidad - Riesgos amb		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	No es necesario, tenemos pocas probabilidades del riesgo	9	3.8	3.8	3.8
	Es poco probable, pero debemos considerar un kit de primeros auxilios	151	63.2	63.4	67.2
	Está considerado, tengo identificado zonas de riesgo y listo el kit de primeros auxilios	78	32.6	32.8	100.0
	Total	238	99.6	100.0	
Perdidos	Sistema	1	0.4		
	Total	239	100.0		
<hr/>					
17. Disponibilidad - Prob. Encontrar \$		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Muchas	18	7.5	7.5	7.5
	Pocas	173	72.4	72.4	79.9
	Ninguna	48	20.1	20.1	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
<hr/>					
18. Representatividad - Aciertos		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Totalmente de acuerdo	60	25.1	25.1	25.1
	La probabilidad es la misma	161	67.4	67.4	92.5
	En desacuerdo	18	7.5	7.5	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
<hr/>					
19. Representatividad - Anny		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Alegre y divertida	69	28.9	28.9	28.9
	Segura y tranquila	165	69.0	69.0	97.9
	Malhumorada y triste	5	2.1	2.1	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
<hr/>					
20. Opt. ilusorio - Aprobar materia		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Más probabilidades que mis compañeros	46	19.2	19.2	19.2
	Las mismas probabilidades	159	66.5	66.5	85.8
	Menos probabilidades que mis compañeros	34	14.2	14.2	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
<hr/>					
21. Opt. ilusorio - Sufrir enfermedad		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Menor a la de tus amigos	59	24.7	24.7	24.7
	La posibilidad es igual a la de tus amigos	128	53.6	53.6	78.2
	Mayor a la de tus amigos	52	21.8	21.8	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
<hr/>					
22. Aversión (-) - Reacción + -		Frec.	%	% válido	% acum.

Válido	Que te den menos que a los demás	127	53.1	53.1	53.1
	Que te den lo mismo que a los demás	33	13.8	13.8	66.9
	Que te den más que a los demás	79	33.1	33.1	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
<hr/>					
23. Aversión (-) - Apuesta		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	S/ 200	132	55.2	55.2	55.2
	S/ 100	87	36.4	36.4	91.6
	S/ 30	20	8.4	8.4	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
<hr/>					
24. Status Quo - ProgTV		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Continuas viendo el siguiente programa	106	44.4	44.4	44.4
	Cambias y no encuentras nada interesante	53	22.2	22.2	66.5
	Lo apagas por no haber nada que te llame la atención	80	33.5	33.5	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
<hr/>					
25. Status Quo - Tono celular		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	Es el mismo que cambié la Ira vez que lo adquirí	131	54.8	54.8	54.8
	Lo cambio muy de vez en cuando, solo cuando hay algún motivo	101	42.3	42.3	97.1
	Lo cambio a cada rato, aun sin motivo	7	2.9	2.9	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
<hr/>					
26. Framming - Vacuna		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	La primera vacuna	105	43.9	43.9	43.9
	La segunda vacuna	60	25.1	25.1	69.0
	No me vacuno	74	31.0	31.0	100.0
	Total	239	100.0	100.0	
<hr/>					
27. Framming - Preferencia de compra		Frec.	%	% válido	% acum.
Válido	En la distribuidora de equipos tecnológicos	116	48.5	48.5	48.5
	En ninguno de ellos	55	23.0	23.0	71.5
	En el local X	68	28.5	28.5	100.0
	Total	239	100.0	100.0	

Anexo 4. Prueba de normalidad (recomendación: Mc. Guigan (1993) y Siegel (1956))



No existe distribución normal, no se puede aplicar un procedimiento paramétrico; en ese entender se realiza un procedimiento de datos NO PARAMÉTRICOS.

Anexo 5. Cursos relacionados al tema de la EPA según ciclo de estudios - Malla curricular 2015 - 2019 3.0

AREAS	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X
Estudios Generales	Matemática básica	Matemática I	Matemática II							
	Desarrollo de cap. y emprendimientos			Medio ambiente y desarrollo sostenible						
	Seguridad y defensa nacional	Taller de redacción de textos académicos	Estadística	Microeconomía	Macroeconomía					
	Antropología cultural	Filosofía								
	Taller de comprensión de textos académicos	Taller de estrat. Cognit. p. el aprendizaje								
Estudios Específicos	Teoría general de la administración	Enfoque operacional de la administración	Teoría organizacional	Investigación de mercados	Marketing estratégico					
Estudios de Especialidad										

Fuente: Currículo flexible por competencias 2015-2019 - Malla curricular EPA.

Cursos relacionados al tema de la EPA según ciclo de estudios - Malla curricular 2020 - 2025

ÁREA	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X
Estudios generales	Comprensión y Argumentación									
	Producción de textos académicos									
	Pensamiento racional y ética	Estrategias de aprendizaje								
	Matemática básica	Estadística	Seguridad y defensa nacional							
	Taller de innovación y emprendimiento	Desarrollo personal								
	Ecología y desarrollo sostenible	Actividades físicas y deportes para la salud								
		Matemática para negocios	Economía de la empresa							
						Contabilidad financiera y de costos	Gestión Tributaria		Metodología de la investigación	Informe de investigación
			Fundamentos del marketing							
						Derecho laboral				
Estudios de especialidad	Administración general				Contabilidad gerencial	Administración estratégica				
				Gestión de talento humano	Comportamiento organizacional			Negociación en la gestión	Prácticas pre profesionales	
								Gestión de la calidad		
										Gestión logística
		Inglés técnico								
		Taller de liderazgo y comunicación				Administración de operaciones	Gerencia de proyectos			
			Matemática financiera				Banca y seguros	Finanzas corporativas	Ingeniería financiera	
						Marketing estratégico y digital	Negocios internacionales		Gestión comercial	
			Teoría del estado			Sistemas administrativos I	Sistemas administrativos II			
				Planeamiento y presupuesto público	Gerencia pública (e)	Gerencia pública (e)	Ciencia política (e)			
			Gestión de la infy tecnologías emergentes	Transformación digital empresarial	Comercio electrónico	Coaching y mentoring (e)		Inteligencia de negocios y big data	Gestión de business analytics	
						Metodologías ágiles		Modelos de negocios innovadores	Gestión del emprendimiento	
									Logos serios y simul. de negocios	

Fuente: *Curriculo flexible por competencias 2020-2025 - Malla curricular EPA.*

Anexo 6. Relación de variables de control: sexo, edad y procedencia y ciclo de estudios

Variables de caracterización	I - II		III - IV		V - VI		VII - VIII		IX - X		Total	
	N	%	N	%	n	%	n	%	n	%	n	%
p1 Sexo												
masculino	16	34	23	31	10	34	17	46	24	46	90	38
Femenino	31	66	51	69	19	66	20	54	28	54	149	62
p2 Edad grupo												
<18	18	38	9	12	1	3	0	0	0	0	28	12
entre 18 y 20	21	45	39	53	8	28	3	8	2	4	73	31
entre 21 y 23	6	13	21	28	18	62	25	68	42	81	112	47
>23	2	4	5	7	2	7	9	24	8	15	26	11
p4 Procedencia												
Urbano	30	64	44	59	12	41	21	57	33	63	140	59
Rural	17	36	30	41	17	59	16	43	19	37	99	41

Fuente: Base de datos – uso de SPSS.

Anexo 7. Correlaciones de Rho de Spearman de las variables de caracterización y las interrogantes ...

	6. Emoción que lo identifica	7. Emoción que lo predomina	8. Intensidad de amor	8. Intensidad de alegría	8. Intensidad de sorpresa	8. Intensidad de rabia	8. Intensidad de tristeza	8. Intensidad de miedo	9. Notoriidad de amor	9. Notoriidad de alegría	9. Notoriidad de sorpresa	9. Notoriidad de rabia	9. Notoriidad de tristeza	9. Notoriidad de miedo	10. Duración de amor	10. Duración de alegría	10. Duración de sorpresa	10. Duración de rabia	10. Duración de tristeza	10. Duración de miedo	11. Impacto de alegría	11. Impacto de amor	11. Impacto de sorpresa	
1. Genero	Coef. correlac Sig. (bilat.) N	,188** 0,004 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239
2. Edad	Coef. correlac Sig. (bilat.) N	-,200** 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239	-,136* 0,002 239
3. Grupo	Coef. correlac Sig. (bilat.) N	0,407 0,582 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239	0,058 0,615 239
4. Ciclo de estudio	Coef. correlac Sig. (bilat.) N	-,026 0,905 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239	-,135* 0,064 239
5. Grupo	Coef. correlac Sig. (bilat.) N	0,685 0,905 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239	0,036 0,325 239
6. Procedencia	Coef. correlac Sig. (bilat.) N	,196** 0,002 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239	-,012 0,852 239
7. Actividad realizada	Coef. correlac Sig. (bilat.) N	0,769 0,593 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239	0,108 0,489 239

... Correlaciones de Rho de Spearman de las variables de caracterización y las interrogantes.

	11. Impacto de rabia	11. Impacto de tristeza	11. Impacto de miedo	12. Como pensamos SI-2 perro	13. Como pensamos Bate	14. Anclaje y Donación	15. Anclaje y ajuste -UIT	16. Disponibilidad Riesgos	17. Disponibilidad - Encontrar \$	18. Representación Acertados	19. Representación Anny	20. Opt. ilusori - Aprobar material	21. Opt. ilusori - Sufrir enfermedad	22. Aversión Reacción +- n	23. Aversión Reacción (-) - Apuesta	24. Status Quo - Progt V	25. Status Quo - Tono celular	26. Framming - Vacuna	27. Framming - Preferencia de compra
1. Genero	0.002	,178**	0.100	-0.091	-0.045	-0.036	-0.053	-0.012	0.020	-0.033	-0.014	0.096	0.079	0.031	0.024	-0.007	0.107	0.065	-0.013
Coef. correlación																			
Sig. (bilateral)	0.976	0.006	0.122	0.160	0.491	0.576	0.413	0.856	0.758	0.612	0.824	0.138	0.221	0.632	0.716	0.915	0.099	0.319	0.846
N	239	239	239	239	239	239	239	238	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239
2. Edad - Grupo	-0.100	-,163*	-,146*	-0.012	-0.052	-0.003	0.074	0.061	0.062	0.006	0.063	0.014	-0.030	0.091	0.065	,127*	-	0.021	-0.021
Coef. correlación																			
Sig. (bilateral)	0.125	0.011	0.024	0.849	0.422	0.961	0.254	0.347	0.337	0.928	0.328	0.828	0.644	0.160	0.315	0.049	0.406	0.749	0.750
N	239	239	239	239	239	239	239	238	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239
3. Ciclo de estudios - Grupo	0.020	0.010	0.058	0.067	-0.001	-0.008	0.021	0.102	0.115	0.077	0.080	0.010	0.025	0.058	0.099	0.092	0.002	-0.070	0.068
Coef. correlación																			
Sig. (bilateral)	0.760	0.874	0.375	0.304	0.982	0.905	0.745	0.115	0.076	0.237	0.215	0.873	0.697	0.370	0.128	0.154	0.977	0.284	0.298
N	239	239	239	239	239	239	239	238	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239
4. Procedencia	-0.040	-0.053	-0.086	-0.033	-0.039	0.050	,178**	-,154*	0.009	-0.084	0.023	0.059	0.048	0.045	0.099	-0.104	-	0.066	0.078
Coef. correlación																			
Sig. (bilateral)	0.542	0.415	0.183	0.607	0.533	0.445	0.006	0.017	0.891	0.195	0.729	0.362	0.461	0.490	0.127	0.109	0.862	0.312	0.231
N	239	239	239	239	239	239	239	238	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239
5. Actividad realizada	0.040	0.027	-0.009	,149*	0.009	-0.028	0.103	0.051	-0.056	0.007	-0.013	-,135*	-0.036	0.039	0.059	-0.095	0.074	-,152*	-0.078
Coef. correlación																			
Sig. (bilateral)	0.538	0.674	0.896	0.021	0.892	0.666	0.113	0.434	0.389	0.917	0.847	0.036	0.585	0.552	0.365	0.144	0.254	0.018	0.227
N	239	239	239	239	239	239	239	238	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239	239

Anexo 8. Validación de expertos



Universidad Nacional del Altiplano
Escuela Profesional de Administración
Hoja de validación del instrumento

TÍTULO DE LA TESIS: FACTORES EMOCIONALES Y LA TOMA DE DECISIONES CONDUCTUALES EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE UNIVERSIDADES NACIONALES DE LA REGIÓN PUNO

I REFERENCIAS

- Experto : Dr. Jose German Salinas Gamboa.....
- Profesión : Administrador.....
- Cargo Actual : Docente en UPAO (Trujillo)
- Grado académico : Dr. en Administración...

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS					
		Deficiente	regular	bueno	Muy bueno	Excelente
1. CLARIDAD	Esta redactado con lenguaje apropiado	1	2	3	4	5
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en capacidades observables	1	2	3	4	5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia	1	2	3	4	5
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los items con las variables	1	2	3	4	5
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes	1	2	3	4	5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos de la investigación	1	2	3	4	5
7. CONSISTENCIA	Esta basado en aspectos teoricos y científicos	1	2	3	4	5
8. COHERENCIA	Entre las dimensiones, indicadores, items e indices	1	2	3	4	5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación	1	2	3	4	5
10. PERTINENCIA	El instrumento es útil y adecuado para la investigación	1	2	3	4	5

Fuente: Tamayo y adaptado por Palomino et al. (2017)

Coefficiente de valorización porcentual, $C = \text{Total} / 50 = \dots 50 \dots$

III. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

.....Ninguna.....

IV. RESOLUCIÓN

- a. Aprobado ($C \geq 75\% = 0.75$)
- b. Desaprobado ($C < 75\% = 0.75$)

Trujillo, 25 de mayo de 2023

Dr. José Germán Salinas Gamboa
CLAO N° 1002 CPP N° 14110



Universidad Nacional del Altiplano
Escuela Profesional de Administración
Hoja de validación del instrumento

TÍTULO DE LA TESIS: FACTORES EMOCIONALES Y LA TOMA DE DECISIONES CONDUCTUALES EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE UNIVERSIDADES NACIONALES DE LA REGIÓN PUNO

I REFERENCIAS

- Experto : ELSA EMMA NEIRA PONCE.....
- Profesión : LIC. ADMINISTRACION
- Cargo Actual : DIRECTOR DE LAL ESCUELA DE BANCA Y SEGUROS
- Grado académico : DRA. CIENCIAS EMPRESARIALES

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	regular	bueno	Muy buena	Excelente
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado	1	2	3	4	5
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables	1	2	3	4	5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia	1	2	3	4	5
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables	1	2	3	4	5
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes	1	2	3	4	5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos de la investigación	1	2	3	4	5
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos	1	2	3	4	5
8. COHERENCIA	Entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices	1	2	3	4	5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación	1	2	3	4	5
10. PERTINENCIA	El instrumento es útil y adecuado para la investigación	1	2	3	4	5

Fuente: Tamayo y adaptado por Palomino et al. (2017)

Coefficiente de valorización porcentual, $C = \text{Total} / 50 = \dots 80\% \dots$

III. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

...NIGUNA

IV. RESOLUCIÓN

- a. Aprobado ($C \geq 75\% = 0.75$)
- b. Desaprobado ($C < 75\% = 0.75$)

Arequipa, 22 de mayo de 2023

Dra. Elsa Emma Neira Ponce
DNI 29565310



Universidad Nacional del Altiplano
Escuela Profesional de Administración
Hoja de validación del instrumento

TÍTULO DE LA TESIS: FACTORES EMOCIONALES Y LA TOMA DE DECISIONES CONDUCTUALES EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE UNIVERSIDADES NACIONALES DE LA REGIÓN PUNO

I. REFERENCIAS

- Experto : Dr. Rolando Esteban Rodríguez Huamani
- Profesión : Lic. en Administración
- Cargo Actual : Docente UNU. Arequipa
- Grado académico : Doctor en Administración

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS					
		Deficiente	regular	buena	Muy buena	Excelente
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado	1	2	3	4	5
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables	1	2	3	4	5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia	1	2	3	4	5
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables	1	2	3	4	5
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes	1	2	3	4	5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos de la investigación	1	2	3	4	5
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos	1	2	3	4	5
8. COHERENCIA	Entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices	1	2	3	4	5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación	1	2	3	4	5
10. PERTINENCIA	El instrumento es útil y adecuado para la investigación	1	2	3	4	5

Fuente: Tamayo y adaptado por Palomino et al. (2017)

Coefficiente de valorización porcentual, $C = \text{Total} / 50 = \dots 50 \dots$

III. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

.....
.....
.....

IV. RESOLUCIÓN

a. Aprobado ($C \geq 75\% = 0.75$)

b. Desaprobado ($C < 75\% = 0.75$)

Puno, 26 de Mayo de 2023

Dr. Rolando E. Rodríguez Huamani
CLAD N° 000167



Universidad Nacional del Altiplano
Escuela Profesional de Administración
Hoja de validación del instrumento

TÍTULO DE LA TESIS: FACTORES EMOCIONALES Y LA TOMA DE DECISIONES CONDUCTUALES EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE UNIVERSIDADES NACIONALES DE LA REGIÓN PUNO

I. REFERENCIAS

- **Experto** : Giovanni Esteban Peláez Revilla
- **Profesión** : Administrador
- **Cargo Actual** : Docente Universitario
- **Grado académico** : DBA sustentado y en proceso de registro en sunedu

II. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS					
		Deficiente	regular	buena	Muy buena	Excelente
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en capacidades observables	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir con los objetivos de la investigación	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
8. COHERENCIA	Entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices	1	2	3	<input checked="" type="checkbox"/>	5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
10. PERTINENCIA	El instrumento es útil y adecuado para la investigación	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>

Fuente: Tamayo y adaptado por Palomino et al. (2017)

Coefficiente de valorización porcentual, $C = \text{Total} / 50 = \dots\dots\dots$

III. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

RECOMIENDO OBSERVAR LA PREGUNTA 10

.....

.....

IV. RESOLUCIÓN

- a. **Aprobado** ($C \geq 75\% = 0.75$)
- b. **Desaprobado** ($C < 75\% = 0.75$)

26 - MAYO, de L..... de 2023

GIOVANNI PELÁEZ R.

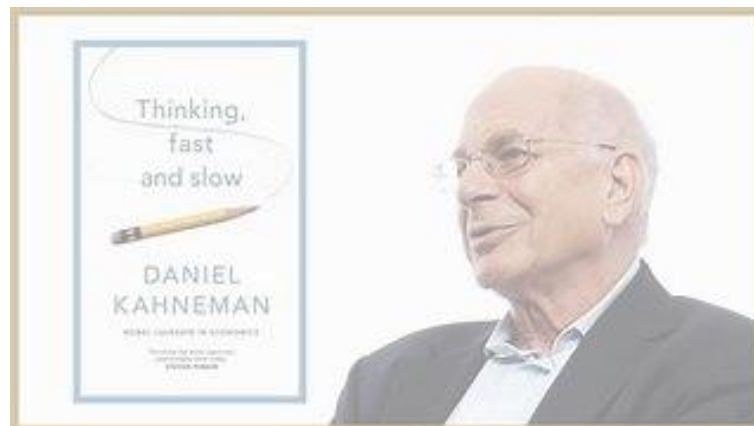
Referentes

“Podemos estar ciegos para lo evidente, y ciegos además para nuestra ceguera”

Pensar rápido, pensar despacio - Daniel Kahneman

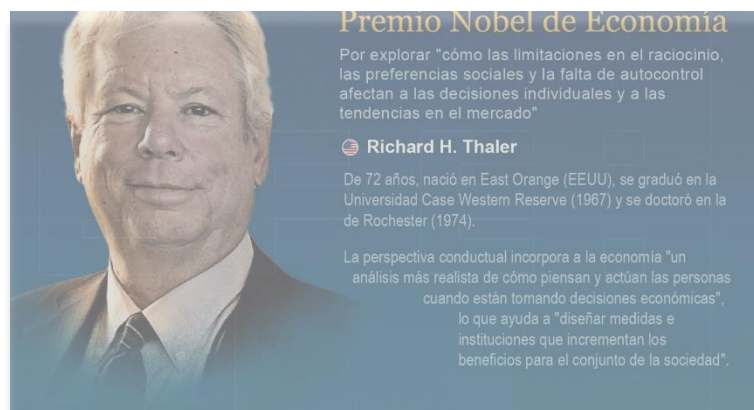
“Nada es tan grave cuando lo piensas”

Daniel Kahneman



“Mi investigación demuestra que los factores que la economía considera “irrelevantes” son en realidad muy importantes”

Richard Thaler





DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo MARISOL GONZAGA ZIRENA CANO,
identificado con DNI N° 40115901 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

“FACTORES EMOCIONALES Y LA TOMA DE DECISIONES CONDUCTUALES EN

EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE UNIVERSIDADES NACIONALES

DE LA REGIÓN PUNO”

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el *incumplimiento del presente compromiso*

Puno 24 de ABRIL del 2024


FIRMA (obligatoria)



Huella



Universidad Nacional
del Altiplano Puno



Vicerrectorado
de Investigación



Repositorio
Institucional

AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo MARISOL GONZAGA ZIRENA CANO,
identificado con DNI N° 40115901 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado
DOCTORADO EN ADMINISTRACIÓN

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

« **FACTORES EMOCIONALES Y LA TOMA DE DECISIONES CONDUCTUALES
EN ESTUDIANTES DE ADMINISTRACIÓN DE UNIVERSIDADES NACIONALES DE
LA REGIÓN PUNO** »

para la obtención de Grado, Título Profesional o Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 24 de ABRIL del 20 24


FIRMA (obligatoria)



Huella