



Mi Universidad

TESIS

Nombre del Alumno: LITZI BELEN ROBLERO ESCALANTE

Nombre del tema: PSICOLOGIA EN LA TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS

Parcial: I

Nombre de la Materia: SEMINARIO DE TESIS

Nombre del profesor: LIC. ASLI BELEN CALDERON ROBLERO

Nombre de la Licenciatura: CONTADURÍA PÚBLICA

Cuatrimestre: 8

LA PSICOLOGIA EN LA TOMA DE DECISIONES

INTRODUCCION

La teoria tradicional se ha ocupado desde sus origenes de la manera en lo que los sujetos adoptan sus desiciones de inversion, ahorro y gasto, para ello se ha basado en las premisas de que los sujetos saben lo que quieren, utilizan la informacion disponible de una manea dirigida a conseguir sus objetivos y comprender perfectamente los riesgos y beneficios de sus desiciones financieras.

Siempre hay que tener en cuenta que cada persona que cada persona afronta la solucion de problema de una amnera distinta, basada en su experiencia y su historia de reforzamiento, hay modelos clasicos de como se toman las desiciones y existe un esquema basico de solucion de problemas y que plante como hacerlo de forma efectiva y se ha incorporado a la terapia congnitivo conductal con todos los meritos.

Sin embargo, los numerosos descubrimientos sobre el modo en que funciona el cerebro humano realizado en los ultimos años y procedentes de disciplinas como la psicologia, la neurologia o la neurofisiologia revelan que esto no es asi y que las personas con frecuencia desconocen sus preferencias, utilizan incorrectamente la informacion disponible y no comprende bien los riesgos que asumen.

La economia conductal parece estar de moda, los gobiernos incorporan hallazgos conductales a las politicas, los negocios conductales las usan en sus estrategias de marketing, las lecciones estraidas de la economia conductal moldean las relaciones entre empleadores y empleados.

En consecuencia, la economia conductal tiene en cuenta aquellos factores sutiles y no tan sutiles que subyacen a las desicones financieras, esta disciplina supone un intento de analizar las aputas y sesgos del compotamiento de las personas y, a partir de ellos predecir modelos de comportamiento.

Las investigaciones realizadas en el ambito de la economia conductal muestras que la mayoría de estas pautas o sesgos son predecibles, estos hallazgos abren nuevas posibilidades de lograr una mejor comprension del comportamineto de los inversores y, por tanto, pueden ayudar a optimizar la toma de desiciones financieras.

La psicologia estudia el comportamiento de las personas, sus forma de pensar y las desiciones que toman, en este caso las desiciones financieras tendra el mayor enfoque ya que se abordan temas para entender del porque las personas llegan a dichas desiciones sin tomar en cuenta lo que esto podria causarles a ellos y a la sociedad a mediano y largo plazo.

La presente investigacion se da inicio con el ppposito de dar a conocer la polemica del caso, con sus determinados objetivos generales y especificos, posteriormente el informe se estructura con la divicion de cuatro capitulos que se presentan a continuacion: en el

capítulo 1, se presenta la descripción del problema, formulación del problema, objetivo general, objetivos específicos, hipótesis, justificación y delimitación del estudio.

En el capítulo 2 se dan a conocer los marcos de referencia (filosófico-antropológico) antecedentes de la investigación, marco teórico y marco conceptual.

En el capítulo 3, nos enfocamos en el diseño metodológico, las formas de la investigación (pura y aplicada de los tipos de estudio, tipos de investigación) diseño de la investigación, enfoques, muestra y las técnicas e instrumentos de la colección de datos.

En el capítulo 4, se presentan los resultados de la implementación del marco metodológico, el procesamiento de la información, sugerencias, propuestas, conclusiones, bibliografías y finalmente anexos pertinentes.

OBJETIVOS GENERALES

Conocer las distintas causas psicológicas de las personas que provocan el incumplimiento fiscal y el impacto financiero a corto, mediano y largo plazo que esto implica ante hacienda y los gastos de financiamientos públicos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Explorar los principales sesgos cognitivos y factores de psicológicos que influyen en la forma de decisiones financieras.

Analizar como estos factores impactan en las decisiones financieras a nivel individual y corporativo.

Estudiar las consecuencias a largo plazo de las decisiones financieras influenciadas por factores psicológicos.

Proponer estrategias y herramientas para mejorar la toma de decisiones financieras teniendo en cuenta la psicología

DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente la incapacidad para tomar decisiones nos puede conllevar a diferentes interrupciones en nuestra vida social y laboral. Al tener esta incapacidad cuando estamos frente a una situación que consideramos difícil en nuestra vida personal o laboral, muchas veces tomamos decisiones que puede causarnos estrés, ansiedad, confusión e incluso depresión.

Existen diferentes problemas al que nos enfrentamos con la insuficiencia de la capacidad de tomar decisiones, por ejemplo, al enfrentarnos a las decisiones cotidianas de la vida . buscamos la forma de evitar tomarla o posponer y preferimos enfocarnos en cosas sobre las cuales consideramos tener control o si nos sentimos cómodos con ellas.

Al hablar de decisiones difíciles nos referimos a elegir decisiones en las que no sabemos cuál de todas las opciones es la mejor (ya que todas tienen cosas positivas o negativas) son diferentes, pero no hay objetivamente una opción mejor que otra). Además, nos hacemos una idea de cuál sería la opción más acertada, sin embargo, si sale mal tendría consecuencias que no nos gustaría asumir.

Como sabemos la toma de decisiones esta presente en la vida cotidiana, desde que nos levantamos hasta que nos acostamos realizamos varias elecciones, muchas de manera inconsciente y otras de manera consciente. El problema consiste en que toda decisión implica una o varias pérdidas, para realizar este proceso resulta imprescindible hacer uso de nuestra capacidad de razonamiento y comprensión, siendo la capacidad analítica esencial a la hora de escoger la mejor opción.

Algunas de las razones por las cuales se nos hace difícil tener la capacidad de decidir es el miedo, la inseguridad, la falta de costumbre, el estrés entre otras. Ya que cada emoción nos conlleva a una reacción, como sabemos las emociones son esenciales en la existencia del ser humano y son determinantes a la hora de tomar decisiones cruciales durante todo el ciclo vital de las personas, si la regulación de emocional no es adecuada, pueden producirse numerosos errores. La emoción, a veces, puede impedir la decisión y de la indecisión surge el conflicto. Ocurre lo mismo con las decisiones equivocadas, las dudas sobre el futuro académico y laboral pueden ocasionar, trastornos, baja autoestima, bajo bienestar, etc.

FORMULACION DEL PROBLEMA

¿Qué efecto tiene a mediano y largo plazo el incumplimiento de pagos fiscales por parte de los negocios informales?

¿Cuáles son las principales razones por las cuales las personas toman malas decisiones financieras?

¿En que influye la psicología en la toma de decisiones financieras de las personas?

¿Cuáles son las razones psicológicas por las cuales las personas creen que es mejor opción el no darse de alta en instituciones gubernamentales?

HIPOTESIS.

Los aumentos de las malas tomas de decisiones afectan la autoestima y la percepción de las personas, generando frustración, miedo e inseguridad en futuras decisiones, entonces si podemos disminuir los índices de enfrentamiento a esta problemática, podemos u obtendremos una mayor seguridad en las personas al momento de enfrentarse a una decisión en temas que a ellos son difíciles de comprender.

JUSTIFICACION

En el presente proyecto de investigacion abordaremos los temas siguientes; la psicologia aplicada en la toma de desicones, en este caso en lo economico, trataremos de explicar por que las personas deciden utlizar sus recursos economicos en ciertas cosas en las que otras podrian pensar que son cosas no necesarias, como por ejemplo en optar en darse de alta en instituciones gubernamentales. De acuerdo con el punto anterior se puede notar que cierta parte de la sociedad opta por no hacer este tramite con la idea de generar un ahorro economico que se puede utilizar para algo mas importante “según la capacidad economica que recibe”. Esto se da debido a que los ingresos economicos de ciertas familias no alcanzan a cubrir las necesidades basicas.

Aplicando esta idea al contexto que se puede ver en la sociedad de acuerdo a nuestra experiencia laboral en este tipo de situaciones hemos podido notar que estas desicones se ven mas comunmente en familias de bajos recursos economicos y familias inclusive que no tienen idea de lo que signica darse de alta en instituciones gubernamentales, esta ignorancia es la razon por la cual se le informara a las personas sobre lo beneficios y legalidad de darse de alta en estas instituciones que en lo general es beneficio de la comunidad en el financiamiento de obras publicas, finalmente se pretende utilizar esta investigacion de manera beneficosa y buscar contrarestar el problema.

DELIMITACION DEL ESTUDIO

Frontera comalapa es una localidad del estado de chiapas mexico. Recientemente fue catalogada como “ciuda” y es cabecera del municipio homonimo. Se localiza en los limites de la cierra madre de chiapas y la deprecion central. Sus limites son al norte con el municipio de la trinitaria, al oeste con chicomuselo, al sur con vellvista y amtenango de la frontera y al este con la republica de guatemala. Cuenta con una extencion territorial de 717.90 kilometros cuadrados los cules reprecentan el 5.62% de la superficie de la region fronteriza y el 0.94% a nivel estatal.

Las colindancias y limites generales del municipio. Con relacion a otros municipios y guatemala C.A. son: al norte, noroeste limita con el municipio la trinitaria y guatemala C.A. Franja divisora con monumentos a perpetuidad. Rio lagartero, rio dolores y selegua de por medio.

Al oriente sureste y sur colinda con guatemala CA Y municipio de amatenango de la frontera, linea divisora de pormedio con los ejidos nueva morelia.

Frontera comalapa chiapas, heredo su nombre del pueblo antiguo san juan comalapa que existio como 3km al noreste de esta cabecera municipal y que ya hacen ruinas de hace mas de 15 años.

Frontera: porque nuestro municipio colinda con la hermana republica de guatemala por todo el lado oriente.

Los ocupantes de san juan comalapa eran indios criollos que hablaban mam y el mocho, pueblo que florecio en el tiempo del curato español, que afligio a esta gente con el impuesto, limosna y por lo mismo emigraron al territorio guatemalteco en la costa del sur de guatemala en el pacifico lo que hoy es comalapa municipio en el deparatmento de chimaltenango guatemala C.

Frontera Comalapa es uno de los 124 municipios de Chiapas. Al 9 de noviembre de 2023, la Lista Nominal de Frontera Comalapa tenía 52,338 electores: 27,365 mujeres (52.3%) y 24,973 hombres (47.7%).

Entre los paralelos 15°37' y 15°57' de latitud norte; los meridianos 91°54' y 92°15' de longitud oeste; altitud entre 400 y 1 700 m

Las 4 colindancias de frontera comalapa son las siguientes; Colinda al norte con los municipios de Chicomuselo, Socoltenango y La Trinitaria; al este con el municipio de La Trinitaria y La República de Guatemala; al sur con La República de Guatemala y con los municipios de Amatenango de la Frontera y Bella Vista; al oeste con los municipios de Bella Vista y Chicomuselo

Esta semana, ATC Touroperadores, que se define como “la primera empresa operadora de turismo en Chiapas desde 1984”, ha anunciado que “las agencias francesas, británicas y

belgas que representamos han decidido no seguir llevando turistas a toda la zona Lacandona”, uno de los principales atractivos del Estado. La compañía justifica su decisión argumentando que “desde hace más de tres meses el ambiente turístico ha sido violentado drásticamente en algunas regiones de Chiapas” y “derivado de situaciones que se dieron con tres grupos de franceses, que operamos en esta última quincena”, sin especificar a qué tipo de situaciones se refiere, en la region de frontera comalapa los turistas han optado por no adentrarse a esta zona ya que se encuentra en estado de alerta por la lucha entre dos grupos armados que provocan temor a todos las personas que tenían planeado visitar esta zona en estos ultimos meses.

(longitud, cuantas colindancias tiene comalapa, cantidad de personas que actualmente viven en frontera comalapa, como esta el turismo)

La psicología en la toma de decisiones financieras se ha visto afectado ya que tiene a afectar a uno o a mas miembros de la familia son muchos los factores que influyen para desarrollar un transtorno psicologico incluso nacional, que tienden a traer una serie de consecuencias de indole social.

TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS A NIVEL INTERNACIONAL

El proceso de la toma de decisiones financieras se subdivide en 3 partes, la primera es la información proporcionada sobre el tema específico, la siguiente subdivisión es el análisis y después de analizar dicha información se llega a la ultima subdivisión que es la toma de decision donde se opta por invertir o financiar.

En el apartado internacional funcionan a través de una serie de instituciones, acuerdos y mecanismos que permiten a los países y empresas realizar transacciones y gestionar sus recursos financieros en el ámbito global.

El proceso decisorio en finanzas cursa las mismas etapas que todo proceso de toma de decisiones, es decir, debe pasar por las instancias de información, análisis y decision anteriormente mencionadas, esta circunstancia amplia el numero de campos del conocimiento que se incorpora en finanzas, por cuanto ellos deben asistir a toda las etapas del proceso decisorio.

TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS A NIVEL NACIONAL

Uno de los elementos fundamentales de una democracia con división de poderes es que sean distintos poderes quienes aprueben el presupuesto público. Uno de los poderes, el Legislativo, aprueba cómo se ha de gastar. El Ejecutivo es el que lo gasta.

El proceso para aprobar el presupuesto está escrito en las leyes y es denominado ciclo presupuestario. A nivel federal, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público divide este ciclo en siete partes:

I. Planeación

2. Programación
3. Presupuestación
4. Ejercicio y control
5. Seguimiento
6. Evaluación
7. Rendición de cuentas

El Presupuesto de Egresos de la Federación es planeado para ser gastado durante un año; sin embargo, el proceso completo del ciclo presupuestario ocurre en realidad en tres años distintos:

- Durante el año previo ocurren la planeación, la programación y la presupuestación
- Durante el año de gasto se realiza el ejercicio y control, el seguimiento y la evaluación
- Durante el año siguiente, sucede la rendición de cuentas

Cada una de estas partes del ciclo tiene fechas definitivas en las que se tienen que tomar decisiones específicas. Esto es así para dar certidumbre a todo el proceso. Las fechas están definidas en el artículo 74, fracción IV de la Constitución y por la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria.

TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS A NIVEL ESTATAL

Podemos decir que los presupuestos de egresos son las “buenas intenciones”, mientras que las cuentas públicas son la realidad pura y dura. (Ana victoria Borja Espinoza, 2022)

El Estado debe realizar diversos gastos a efecto de cumplir con sus objetivos y fines, los cuales lleva a cabo con la autorización del Poder Legislativo a través de la Cámara de Diputados, a la que corresponde de manera exclusiva la discusión y aprobación anual del Presupuesto de Egresos.

El presupuesto de Egresos es el documento que concentra las partidas en las que el gobierno podrá gastar para satisfacer las necesidades colectivas, pero también es un instrumento que orienta la actividad económica del país.

En virtud de que el Presupuesto de Egresos es producto de la recaudación de los impuestos y, por tanto, es dinero aportado por los gobernados, su uso debe de ser el correcto, es decir, debe ser utilizado para satisfacer las necesidades primarias del país; por tal razón, la fiscalización en el gasto de los recursos es un aspecto muy importante, en los Estados modernos.

CAPITULO II.

Marco de referencia.

2.1 MARCO FILOSOFICO-ANTROPOLOGICO

Hutcheson (S/F, Pag 10) Afirma que...

Asimismo, afirma la existencia del sentido moral. Este sentido no tiene ningún fundamento religioso, ni tampoco un fundamento social, porque derive de la experiencia o la convivencia con los demás. Tampoco presupone ninguna idea. Es, en suma, un sentido; es decir, algo natural en el hombre. Como todo sentido, tiene este su objetivo propio, el cual se nos hace patente en su misma actividad. Este objeto propio es una cualidad real de las personas: Sería absurdo pensar –dice- que la persona es buena porque yo la juzgo como tal; por el contrario, yo la juzgo buena porque estoy dotado de un sentido moral que me permite descubrir su bondad. Otra objeción contra la teoría de Hobbes proviene de Mandeville, aquel médico holandés que residió en Londres. Su posición es la de un rigorismo moral que tiene como consecuencia la refutación de Hobbes por medio de la paradójica aceptación de su tesis principal.

Adam Smith (S/F Pag 20) Afirma que...

Por mas egoísta que quiera suponerse al hombre, evidentemente hay algunos elementos en su naturaleza que lo hacen interesarse en la suerte de los otros de tal modo, que la felicidad de éstos le es necesaria, aunque de ello nada obtenga, a no ser el placer de presenciarla. De esta naturaleza es la lástima o compasión, emoción que experimentamos ante la miseria ajena, ya sea cuando la vemos o cuando se nos obliga a imaginarla de modo particularmente vivido. El que con frecuencia el dolor ajeno nos haga padecer, es un hecho demasiado obvio que no requiere comprobación; porque este sentimiento, al igual que todas las demás pasiones de la naturaleza humana, en modo alguno se limita a los virtuosos y humanos, aunque posiblemente sean éstos los que lo experimenten con la más exquisita sensibilidad.

Michelle Baddeley (2018ª) afirma que...

A partir de estas constataciones sobre preferencias sociales, los economistas conductuales han explorado otras maneras en que las influencias sociales afectan nuestras decisiones y nuestras elecciones. A grandes rasgos, estas influencias sociales pueden dividirse en informativas y normativas. Las influencias informativas tienen que ver con cómo aprendemos de los demás. En situaciones en las que no tenemos mucha información o nos enfrentamos a un conjunto complejo e incierto de resultados potenciales, nos parece lógico fijarnos en lo que hacen otros, deduciendo que deben saber mejor que nosotros cuál es la actuación más correcta.

Richar Thales (S/F pag 5) Afirma que...

La economía conductual ha dotado a los economistas de una mayor riqueza de herramientas analíticas y experimentales para comprender y predecir el comportamiento humano. Una premisa básica de las teorías de Thaler es que para tener una buena economía hay que tomar en cuenta que la gente es humana. Con sus investigaciones, Thaler ha demostrado que el comportamiento humano todavía se puede anticipar, aunque se aparte de la racionalidad de manera consistente. Thaler ha elaborado un marco teórico, conceptual y empírico con la incorporación de nuevos conocimientos de psicología al análisis económico para desarrollar instrumentos analíticos y experimentales de predicción del comportamiento económico. Thaler desarrolló la teoría de la contabilidad mental. El fenómeno de la contabilidad mental se sustenta en el supuesto de que los individuos gastan su dinero en forma diferente si el gasto se etiqueta para un propósito específico. Los individuos racionalmente limitados adoptan sistemas de control interno para organizar y evaluar sus gastos y el ahorro.

Daniel Kahneman en su obra *Thinking, Fast and Slow* (2011) afirma que... existe dos sistemas de pensamiento:

-El Sistema 1 (pensamiento rápido) que opera de manera rápida y automática con poco o ningún esfuerzo y sin sensación de control voluntario

-El Sistema 2 (pensamiento lento) que se centra en actividades mentales que demandan esfuerzos, incluidos los cálculos complejos.

Según Kahneman, ambos sistemas se necesitan pero presentan dificultades para mantenerse en equilibrio. Lo cual es necesario para tomar buenas decisiones. Su propuesta es que el ser humano no siempre está capacitado para tomar las decisiones que más le convienen. Por eso, a veces, necesitamos un pequeño “nudge” (empujones) que nos reconduzca por el buen camino.

Gerd Gigerenzer (2014, pag 11) Afirma que...

La heurística son las reglas de toma de decisiones rápidas que usamos para simplificar nuestras elecciones diarias y que a menudo funcionan bien, pero en ocasiones crean sesgos. En otras palabras, en determinadas situaciones, la heurística nos lleva a cometer errores sistemáticos. El psicólogo Gerd Gigerenzer hace la importante observación, sin embargo, de que las reglas heurísticas a menudo constituyen una buena guía para la toma de decisiones porque son rápidas y frugales. Suelen funcionar bien, sobre todo si se da a las personas técnicas sencillas que les permitan usar la heurística de manera más efectiva. La heurísticas, Los humanos usan una variedad de reglas generales para alcanzar una decisión más rápidamente. La Heurística de Disponibilidad describe la sobrestimación de la probabilidad si un evento está disponible cognitivamente. Por ejemplo, tras un accidente aéreo que ha sido retransmitido por los medios de comunicación de todo el mundo, los seres humanos sobrestiman la probabilidad de que ocurra un accidente aéreo en comparación con los periodos de tiempo en los que no se producen accidentes

Richard H. Thaler (2002,pag. 22) Afirma que

La economía conductual combina la economía con la psicología, para estudiar lo que ocurre en los mercados y analizar el comportamiento de las personas, sus limitaciones y los problemas derivados de estas limitaciones. En contraposición con la teoría económica clásica, defiende la irracionalidad de los agentes económicos a la hora de tomar decisiones en finanzas. En sus teorías, Thaler explora las consecuencias de tres rasgos principales del comportamiento de las personas que afectan no solo a las decisiones individuales, sino al comportamiento del mercado. Thaler incorpora conocimientos de psicología para explicar por qué las personas se comportan de una forma que no son totalmente racionales. encontró que las personas asignan un mayor valor a las posesiones propias.

Richard H. Thaler (2017,pag. 30) Afirma que:

La economía conductual pretende, de cierto modo, lograr una mejor comprensión de la toma de decisiones económicas a través del estudio de las tendencias emocionales y cognitivas humanas y sociales; es decir, utiliza la psicología para entender el modo en que el ser humano toma decisiones económicas.

Thaler es coautor del best seller mundial Nudge (traducido en español como "Un pequeño empujón: el impulso que necesitas para tomar mejores decisiones sobre salud, dinero y felicidad"), demostró cómo ese "empujón" puede ayudar a las personas a ejercer un mejor autocontrol para ahorrar de cara a una pensión

2.2 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION

Richard H. Thaler y Daniel Kahneman realizaron una tesis en el 2002 sobre “la psicología económica para inversores”

En este estudio lo que ambos autores ponen de relieve es en esencia que los sujetos no son seres plenamente racionales y que esa racionalidad limitada afecta al comportamiento de los mercados.

Aunque la circunstancia de que los sujetos no son seres plenamente racionales es bien conocida desde hace mucho tiempo en otros campos como el de la psicología o la publicidad, constituye una cierta novedad del hecho de que la economía comience a tener en cuenta en mayor medida aspectos sociológicos, antropológicos y psicológicos para explicar el funcionamiento de los mercados y el comportamiento de los inversores.

La economía conductual no surge como contraposición a la teoría económica convencional sino como una disciplina que la complementa y la enriquece al aportar conocimiento procedente de la psicología, las neurociencias, la antropología o la sociología para entender mejor el proceso de toma de decisiones económicas de los individuos. En palabras de Richard Thaler, la economía conductual ha dotado a los economistas de una mayor riqueza de herramientas analíticas y experimentales para comprender y predecir el comportamiento humano.

Richard H. Thaler recogió los principales matices que aportan la economía conductual a la economía clásica.

Premisas de la teoría económica clásica.

- Los sujetos son plenamente racionales.
- Los sujetos saben lo que quieren.
- Los sujetos tienen una capacidad cognitiva limitada para conocer perfectamente las implicaciones de cada una de las opciones disponibles y adoptar aquella que maximice su beneficio.
- Los sujetos adoptan sus decisiones de inversión, ahorro y gastos utilizando la información disponible de una manera dirigida a conseguir su objetivo.
- Las preferencias de los sujetos son estables y consistentes. No cambian ni varían en el tiempo

Premisa de la economía conductual.

- los sujetos tienen una racionalidad limitada.
- Los sujetos desconocen frecuentemente sus preferencias.
- Los sujetos disponen de una capacidad de cálculo limitada y aspiran únicamente a tomar la decisión más satisfactoria y no la que maximiza su beneficio.
- Las preferencias de los individuos pueden cambiar dependiendo de factores muy diversos.

MARCO CONCEPTUAL

1.- financiamiento; es el proceso por el que se proporciona capital a una empresa o persona para utilizar en un proyecto o negocio, es decir, recursos como dinero y crédito para que pueda ejecutar sus planes. En el caso de las compañías, suelen ser préstamos bancarios o recursos aportados por sus inversionistas.

2.- decision; es el producto final del proceso mental-cognitivo específico de un individuo o un grupo de personas u organizaciones, el cual se denomina toma de decisiones, por lo tanto, es un concepto subjetivo. Es un objeto mental y puede ser tanto una opinión como una regla o una tarea para ser ejecutada y/o aplicada.

3.- presupuesto; es un plan que muestra de forma prevista los ingresos y gastos que se van a tener durante un periodo de tiempo determinado. Alude también, al dinero total que se requiere para afrontar un proyecto, especificando los diferentes costes asociados para llevar a cabo dicha labor.

4.- economia; estudia cómo las sociedades utilizan sus recursos limitados para producir y distribuir bienes y servicios, desde las necesidades humanas más básicas hasta el comercio internacional y la innovación tecnológica, incidiendo directamente en la vida de las personas.

5.- egresos; Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aún cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias.

6.- ingresos; son los recursos que obtiene el Estado por la recaudación de tributos como el Impuesto a la Renta, el IVA; por la venta de bienes, como del petróleo y sus derivados; transferencias y donaciones que se reciben; el resultado operacional de las Empresas Públicas entre otros.

7.- necesidad; el hueco entre como se encuentra la situación actual y cómo debería ser esa situación. Una necesidad puede ser sentida por un individuo, un grupo o una comunidad entera.

8.- analisis; Distinción y separación de las partes de algo para conocer su composición. exploración, investigación, observación.

9.- inseguridad; implica la existencia de un peligro, de un riesgo o refleja alguna duda sobre un asunto determinado.

10.- confusion; Es la incapacidad para pensar de manera tan clara y rápida como uno normalmente lo hace. Usted puede sentirse desorientado y tener dificultad para prestar atención, recordar y tomar decisiones.

11.- contribucion; Cuota o cantidad que se paga para algún fin, y principalmente la que se impone para las cargas del Estado. canon, cuota, tributo, impuesto, arancel, arbitrio, carga, derrama, aportación, subsidio, tasa, gravamen.

12.- patrimonio; Conjunto de bienes pertenecientes a una persona natural o jurídica, o afectos a un fin, susceptibles de estimación económica.

13.- contabilidad; es el sistema de control y registro de los gastos e ingresos y demás operaciones económicas que se realizan en un negocio, empresa o entidad.

14.- confianza; es la creencia, esperanza y fe persistente que alguien tiene, referente a otra persona, entidad o grupo en que será idóneo para actuar de forma apropiada en una situación o circunstancia determinada

MARCO TEORICO

2.3.1 SEGOS COGNITIVOS.

La existencia de sesgos cognitivos surge como necesidad evolutiva para la emisión inmediata de juicios, que utiliza nuestro cerebro para asumir una posición rápida ante ciertos estímulos, problemas o situaciones, que debido a la incapacidad de procesar toda la información disponible se filtra de forma selectiva o subjetiva. Si bien nos pueden conducir a errores que pueden ser graves, en determinados contextos conducen a acciones más eficaces o permiten adoptar decisiones más rápidas cuando la inmediatez es el mayor valor (heurística), es por ello que (Kahneman y Tversky, 1972) expone el significado de sesgo cognitivo como:

“Un sesgo o prejuicio cognitivo es un efecto psicológico que produce una desviación en el procesamiento de lo percibido, lo que lleva a una distorsión, juicio inexacto, interpretación ilógica, o lo que se llama en términos generales irracionalidad, que se da sobre la base de la interpretación de la información disponible, aunque los datos no sean lógicos o no estén relacionados entre sí”.

Por esta razón es que es de vital importancia el correcto uso del efecto psicológico, moral, social, e inclusive el conductual. Los sesgos cognitivos los podemos entender como atajos mentales que evolutivamente han sido útiles porque nos permiten tomar decisiones de forma rápida. La psicología es quien estudia los atajos, así como las estrategias y estructuras que utilizamos para procesar la información.

Efecto de arrastre

El efecto de arrastre ha sido aplicado a situaciones que involucran a la opinión de la mayoría, como es el caso de los resultados políticos, donde la gente modifica sus opiniones de acuerdo al punto de vista de la mayoría (McAllister y Studlar, 1991) afirma que:

El efecto de arrastre es la observación de que a menudo las personas hacen y creen ciertas cosas fundamentándose en el hecho de que muchas otras personas hacen y creen en esas mismas cosas. Las personas tienden a seguir a la multitud sin examinar los méritos de una cosa en particular.

El efecto de arrastre está bien documentado en psicología conductual y tiene muchas aplicaciones. La regla general es que las conductas o creencias se propagan entre la gente, como claramente sucede con las modas, "la probabilidad de que los individuos la adopten se incrementa con la proporción de quienes ya lo han hecho".

Entonces podemos decir que el efecto de arrastre es la predisposición de hacer o creer en el algo simplemente por el hecho de que muchas personas lo hacen.

PREJUICIO DE PUNTO CIEGO

Prejuicio de punto ciego es la tendencia a no darse cuenta de los propios prejuicios cognitivos y de verse como menos sesgado que los demás. El Prejuicio de Punto Ciego es un sesgo cognitivo por el cual uno mismo no se da cuenta de los prejuicios propios. Emily Pronin, 1990 afirma que

El prejuicio del punto ciego es un sesgo cognitivo por el cual uno mismo no se da cuenta de los prejuicios propios.

En otras palabras, los puntos ciegos en nosotros serían aquellas carencias, defectos, debilidades y fallas que quizás afectan nuestro desempeño cotidiano. Este sesgo lo que hace es que lleva a que una persona se considere mejor o más correcta que el resto.

SESGO DE CONFIRMACION

Consiste en la tendencia a buscar o interpretar la información de manera que confirme las ideas preconcebidas. El efecto es más fuerte en publicaciones con contenido emocional y en creencias firmemente enraizadas. La gente por lo general prefiere las fuentes que afirman sus posturas ya existentes. También tienden a interpretar que las pruebas ambiguas apoyan su postura existente. El término "sesgo de confirmación" fue acuñado por el psicólogo inglés Peter Cathcart Wason quien afirma que:

El sesgo de confirmación se describe con frecuencia como el resultado de un procesamiento automático. Los individuos no utilizan estrategias engañosas para falsear los datos, sino formas de procesamiento de información que tienen lugar de manera más o menos no intencionada. Según Robert Maccoun, la mayoría de los procesamientos sesgados de pruebas ocurren de manera no intencionada

Por ejemplo en las finanzas, el sesgo de confirmación puede llevar a los inversores a sobreconfiarse, ignorando pruebas de que sus estrategias les harán perder dinero. Para combatir el efecto del sesgo confirmatorio, los inversores pueden tratar de adoptar el punto de vista contrario "por el propósito de discutir". En una técnica, los inversores imaginan que pierden sus inversiones y se preguntan a sí mismos por qué podría ocurrir esto.

PREJUICIO DE LA RETROSPECTIVA

Este sesgo sucede cuando, una vez que se sabe lo que ha ocurrido, se tiende a modificar el recuerdo de la opinión previa a que ocurrieran los hechos, en favor del resultado final. Beyth y Fischhoff 1975 idearon el primer experimento para probar el prejuicio de la retrospectiva, quien afirma que:

Es un fenómeno psicológico en el que tendemos a creer, después de que un evento haya ocurrido, que era más predecible o inevitable de lo que realmente era en el momento en que se produjo.

Esto nos da a entender que las acciones humanas no son siempre racionales, todas nuestras decisiones, importantes o insignificantes, se ven influidas por una serie de prejuicios inconscientes. Estos sesgos cognitivos se manifiestan en distintas facetas: el prejuicio de retrospectiva o recapitulación, o también sesgo

retrospectivo, se refiere a nuestra tendencia a estimar la previsibilidad de un acontecimiento de manera distinta antes y después de que ocurra.

EFEECTO ENMARQUE

El enmarque afecta a las personas porque perciben las pérdidas y ganancias de manera diferente, como se ilustra en la teoría de la perspectiva, este efecto fue descrito por los psicólogos Amos Tversky y Daniel Kahneman (1981) quien menciona que :

El efecto enmarque es un ejemplo de sesgo cognitivo en el que las personas reaccionan de manera diferente a una elección particular en función de si se presenta como una pérdida o una ganancia.

Este sesgo es sencillo de identificar porque la misma información es interpretada de dos diferentes formas dependiendo de cómo se comunique. El ejemplo más común que se puede dar es que un médico que le dice a su paciente que tiene un 90% de probabilidades de sobrevivir a una enfermedad o un 10% de probabilidades de morir.

SESGO DE AUTOSERVICIO

El sesgo de autoservicio, o sesgo por interés personal, aparece cuando la gente solicita con mayor interés responsabilidad para los éxitos propios que para los fracasos o fallos también propios. Se manifiesta también cuando la gente tiene la tendencia a evaluar la información ambigua de tal forma que beneficie a sus propios intereses. (Dale Miller y Michael Ross, 1975) fueron los primeros en sugerir este sesgo atribucional de autoservicio como:

El resultado de un sesgo estadístico a resultados de que la gente piensa, debido a su autoestima, que en ciertas áreas está mejor que el promedio. De igual manera sugieren que puede haber un componente cognitivo, especialmente para el aspecto del automejoramiento

Por ejemplo: la mayoría de los conductores piensan que ellos conducen mejor que la media. El efecto de este sesgo hace que la mayoría de las personas tengan una buena opinión de sí misma, una buena autoestima: y se percibe como la tendencia a percibirse a sí mismo favorablemente. La mayoría de la gente atribuye los éxitos a su propia habilidad, mientras que los fracasos se atribuyen a las circunstancias o a la mala suerte. En general, las personas esperan triunfar y, por ende, aceptan la responsabilidad por el éxito. Si se esfuerzan mucho por triunfar, correlacionan el éxito con su propio esfuerzo y suelen exagerar el grado de control que tienen sobre desempeños exitosos. En conjunto, estos factores cognitivos podrían alentar la atribución interna del éxito. De todos modos, parece probable que, en general, intervengan factores tanto cognitivos como motivadores, difíciles de separar entre sí.

SESGO EFECTO DEL FALSO CONSENSO

Las personas tienden a presuponer que sus propias opiniones, creencias, predilecciones, valores y hábitos están entre las más elegidas, apoyadas ampliamente por la mayoría, (Crano, W. D., 1983) Afirma que:

El efecto del falso consenso es un sesgo cognitivo por el que muchas personas tienden a sobreestimar el grado de acuerdo que los demás tienen con ellos. Las personas tienden a presuponer que sus propias opiniones, creencias, predilecciones, valores y hábitos están entre las más elegidas, apoyadas ampliamente por la mayoría.

En otras palabras tendemos a sobreestimar la frecuencia con la que otros están de acuerdo con nosotros. Este sesgo puede influir en diversas áreas de nuestras vidas, desde decisiones personales hasta opiniones política, esta creencia es un sesgo que exagera la confianza de los individuos en sus propias creencias, aún cuando éstas sean inexactas o minoritarias.

SESGO EFECTO PIGMALIÓN

El efecto pigmalión es uno de los sucesos que, tanto en el ámbito laboral como en el escolar, social y familiar, pueden ser más productivos o contraproducentes., Según Rosenthal, R. y Jacobson, L., 1968 sugiere que :

el efecto pigmalión se puede identificar de las siguientes maneras:

-Suceso por el que una persona consigue lo que se proponía previamente a causa de la creencia de que puede conseguirlo.

-Las expectativas y previsiones de los profesores, especialmente para los alumnos más pequeños, puede influir en el rendimiento del alumno.

-Una profecía autocumplida es una expectativa que incita a las personas a actuar en formas que hacen que la expectativa se vuelva cierta.

En si, el efecto pigmalion consiste en que es el proceso que provoca que la expectativa respecto a unos determinados hechos futuros concretos aumente la probabilidad de que estos hechos ocurran.

CAPÍTULO III

3. DISEÑO METODOLÓGICO

(Ponce & Jiménez, 2015) argumentan:

Para diseñar una investigación es importante especificar las características del diseño metodológico (tradicionalmente se conoce como la sección de material y métodos o metodología de un proyecto de investigación). El diseño metodológico le dará identidad propia, única y muy particular a la investigación que se desea realizar y ayudará al lector a comprender adecuadamente en qué consistirá la investigación.

El diseño metodológico es la descripción detallada y precisa de las estrategias y procedimientos de cómo se va a realizar la investigación. Los elementos que deben incluirse en el diseño metodológico deben estar relacionados de forma lógica, congruente, presentados y ordenados de manera coherente y sencilla. (p. 1).

(Peña, 2009) señala que:

El Diseño metodológico, es una relación clara y concisa de cada una de las etapas de la intervención. El diseño metodológico es la descripción de cómo se va a realizar la propuesta de intervención.

El diseño metodológico son los pasos a seguir para generar una información que mi proyecto de investigación requiere, a la luz de una temática y unos objetivos que se problematizan.

Un diseño metodológico es la forma particular de cómo cada interventor/a organiza su propuesta de intervención. Lo metodológico debe estar soportado por la postura

epistemológica, conceptual y ontológica del interventor/a; es decir, cada diseño metodológico ha de responder con coherencia interna a la concepción de ser humano, a la concepción de educación y a los principios pedagógicos que orientan a cada interventor/a en su quehacer.

Por lo tanto, la estrategia de intervención depende del tipo de estudio que se elija (el enfoque), ya que éste determina el diseño, el proceso propuesto a la comunidad, la información generada, la forma como se trabajará con la comunidad y el lugar del profesional interventor. (p.1)

3.1 FORMAS DE INVESTIGACIÓN

La investigación sobre “La psicología en la toma de decisiones financieras”, es aplicada debido a que la investigación se llevará a la práctica por medio de encuestas realizada a los clientes de los diferentes despachos contables para la comprobación de hipótesis, es decir se llevará a cabo las encuestas para demostrar el impacto de la psicología a la hora de tomar decisiones financieras.

3.1.1 INVESTIGACION PURA

(Tamayo, 1999) menciona:

Recibe también el nombre de pura y fundamental, tiene como fin la búsqueda del progreso científico, mediante el acrecentamiento de los conocimientos teóricos, sin interesarse directamente en sus posibles aplicaciones o consecuencias prácticas; es de orden formal y busca las generalizaciones con vista al desarrollo de una teoría basada en principios y leyes (p.129).

3.1.2 INVESTIGACIÓN APLICADA

(Bunge, 1969) afirma:

La investigación aplicada busca o perfecciona recursos de aplicación del conocimiento ya obtenido mediante la investigación pura, y, por tanto, no busca la verdad, como la investigación pura, sino la utilidad. En otras palabras, se trata aquí de investigar las maneras en que el saber científico producido por la investigación pura puede implementarse o aplicarse en la realidad para obtener un resultado práctico (p.683).

3.2 TIPOS DE ESTUDIO

(Cazau, 2006) señala:

La investigación es un proceso por el cual se enfrentan y se resuelven problemas en forma planificada, y con una determinada finalidad.

Esta investigación es de tipo descriptiva, correlacional y exploratoria; Es descriptiva porque explicaremos cómo la psicología ha impactado en las decisiones financieras, afectando a la vida futura de nuestra sociedad; es correlacional debido a que la variable socialización se está viendo alterada por las malas decisiones, así mismo es exploratoria dado que el tema de la psicología que se basa en nuestras emociones y es de gran importancia al tomar decisiones por ende es un tema de mucha importancia.

3.2.1 ESTUDIO CORRELACIONAL

Cortés e Iglesias (2004) mencionan:

Los estudios correlacionales tienen como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables. La utilidad principal de los estudios correlacionales cuantitativos es saber cómo se puede comportar un concepto o una variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas.

3.2.2 ESTUDIO DESCRIPTIVO

Cortés e Iglesias (2004) señalan:

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Describen situaciones, eventos o hechos, recolectando datos sobre una serie de cuestiones y se efectúan mediciones sobre ellas, buscan especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice.

3.2.3 ESTUDIO EXPLICATIVO

Sampieri, Fernández y Baptista (2006) reafirman:

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o porque se relacionan dos o más variables.

3.2.4 ESTUDIO EXPLORATORIO

Sampieri, Fernández y Baptista (2006) explican:

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente tema “La psicología en la toma de decisiones financieras” es una investigación de tipo no experimental, específicamente de corte transversal, debido a que solo se estudiará el fenómeno una sola ocasión sin modificar conductas, solo se observará la situación actual que atraviesan las personas en esta problemática y como está afectando en su desarrollo y desempeño.

3.3.1 INVESTIGACIÓN EXPERIMENTAL

Malagar, (2008) Considera:

En este método los tratamientos de la variable independiente han sido manipulados por el investigador-X- por lo que se tiene el mayor control y evidencia de la causa y efecto. (p. 149).

Sampieri (2006) señala:

En los experimentos se diseñan pruebas en las cuales se inducen cambios es decir se manipulan las variables que intervienen en un proceso o sistema deliberadamente (supuestas causas), de manera que sea posible observar, identificar y analizar las causas en la respuesta obtenida. En un experimento, el investigador construye deliberadamente una situación a la que son expuestos varios individuos.

Esta situación consiste en recibir un tratamiento, condición o estímulo bajo determinadas circunstancias, para después analizar los efectos de la exposición o aplicación de dicho tratamiento o condición. Por decirlo de alguna manera, en un experimento se ‘construye’ una realidad.

3.3.2 INVESTIGACIÓN NO EXPERIMENTAL

Malagar, (2008) refiere:

En este método, existe un grupo de sujetos a los cuales se realiza una prueba-O- de medición de la variable dependiente, pero los tratamientos de la variable independiente-X- no fueron manipulados o controlados por el investigador. También se denomina investigación ex - post - facto. (p.149).

Sampieri (2006) indica:

La investigación no experimental es la que no manipula deliberadamente las variables a estudiar. Lo que hace este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto actual, para después analizarlo. En un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes.

3.3.2.1 INVESTIGACIÓN TRANSVERSAL

(Sampieri, 2010), menciona:

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede. (p.151)

3.3.2.2 INVESTIGACIÓN LONGITUDINAL

(Sampieri, 2010), señala que:

Son estudios que recaban datos en diferentes puntos del tiempo, para realizar inferencias acerca de la evolución, sus causas y sus efectos. (p.158)

3.4 ENFOQUES

Toda investigación necesita contar con enfoques que orienten su realización, que permitan diseñar y/o elegir los instrumentos que nos servirán para la recolección de los datos y las características que éstos deben tener.

La investigación es de enfoque mixto debido a que combinamos el enfoque cuantitativo con el cualitativo. Es cualitativo debido a que describiremos cómo está impactando en la socialización la psicología al tomar una decisión financiera, así mismo es cuantitativo dado que analizaremos los datos estadísticos que nos arroje las encuestas.

3.4.1 ENFOQUE CUALITATIVO

(Patton 1980,1990), menciona que:

Los datos cualitativos como descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones, conductas observadas y sus manifestaciones. Por lo expresado en los párrafos anteriores, el investigador cualitativo utiliza técnicas para recolectar datos como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, interacción e introspección con grupos o comunidades. (P. 326)

A su vez Fernández y Pertegás (2004), reafirman que:

La investigación cualitativa evita la cuantificación. Los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas.

La diferencia fundamental entre ambas metodologías es que la cuantitativa estudia la asociación o relación entre variables cuantificadas y la cualitativa lo hace en contextos estructurales y situacionales. La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica.

3.4.2 ENFOQUE CUANTITATIVO

(Sampieri 2006), menciona que:

Cuando hablamos de una investigación cuantitativa damos por aludido al ámbito estadístico, es en esto en lo que se fundamenta dicho enfoque, en analizar una

realidad objetiva a partir de mediciones numéricas y análisis estadísticos para determinar predicciones o patrones de comportamiento del fenómeno o problema planteado.

Este enfoque utiliza la recolección de datos para comprobar hipótesis, que es importante señalar, se han planteado con antelación al proceso metodológico; con un enfoque cuantitativo se plantea un problema y preguntas concretas de lo cual se derivan las hipótesis. (p.326)

3.4.3 ENFOQUE MIXTO

(Sampieri s/f), menciona:

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (meta inferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

(Cortés e Iglesias, 2004), afirman que:

La investigación es mixta porque se utilizará tanto el enfoque cualitativo como el cuantitativo, en el cualitativo se observará las reacciones de la gente a la hora de responder la encuesta; es cuantitativo porque realizaremos encuestas para cuantificar el problema.

En un enfoque mixto el investigador utiliza las técnicas de cada uno por separado, se hacen observaciones, entrevistas, se realizan encuestas para saber las opiniones de cada cual sobre el tema en cuestión, se trazan lineamientos sobre las

políticas a seguir según las personas que intervengan, además esas encuestas pueden ser valoradas en escalas medibles y se hacen valoraciones numéricas de las mismas, se obtienen rangos de valores de las respuestas, se observan las tendencias obtenidas, las frecuencias, se hacen histogramas, se formulan hipótesis que se corroboran posteriormente. (p.11)

3.5 UNIVERSO O POBLACIÓN

(Leon, 2007) Menciona:

La población de una investigación está compuesta por todos los elementos (personas, objetos, organismos, historias clínicas) que participan del fenómeno que fue definido y delimitado en el análisis del problema de investigación. La población tiene la característica de ser estudiada medida y cuantificada. (p.2)

(Selltiz, 1980), recalca:

Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. (p.238).

La población de estudio son los despachos contables y consultorios de Frontera Comalapa, Chiapas.

3.5.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL

Los despachos contables, consultorios y oficinas se encuentran en el municipio de Frontera Comalapa, Chiapas, específicamente en los barrios centro, framboyan, Cuernavaca, san pedro y la alborada.

FRONTERA COMALAPA

Frontera, es un adjetivo refiriéndose al límite que hace con la República de Guatemala y el término Comalapa proviene de la voz náhuatl: Comalapan, “en el agua de los comales”, que deriva de las voces: Comalli, comal; Atl, agua; y Pan, adverbio de lugar. Pero también se considera que su nombre se debe al recuerdo de la extinta San Juan Comalapa, y está sobre el paraje Cushú, que se encontraba cerca de Tecpan, Guatemala; es decir en la frontera.

El Municipio de Frontera Comalapa es uno de los 122 municipios que conforman el estado mexicano de Chiapas. Se encuentra ubicado en la zona fronteriza del estado. Su cabecera, la localidad de Frontera Comalapa, recientemente fue catalogada como "ciudad". Se localiza en los límites de la Sierra Madre de Chiapas y la depresión central.

Frontera Comalapa se encuentra ubicado en la zona fronteriza del Estado de Chiapas, limita al norte con el municipio de La Trinitaria, al oeste con el municipio de Chicomuselo, al sur con los municipios de Amatenango de la Frontera y Bella Vista, al este limita con Guatemala, en particular con el Departamento de Huehuetenango. Tiene una extensión territorial del 717.90 km² que representan el 5.62% de la superficie de la región Fronteriza y el 0.94% a nivel estatal.

Se encuentra ubicado en la transición entre la Sierra Madre de Chiapas y la Depresión Central de Chiapas, por lo que su relieve es diverso, siendo montañoso al sur y desciende en medida que se avanza hacia el norte.

El municipio tiene una población de 57,580 habitantes según los resultados del Censo de Población y Vivienda de 2005 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía, de ese total, 27,349 son hombres y 30,231 son mujeres

RESEÑA DE LOS DESPACHOS CONTABLES

El **despacho contable fiscal y administrativo** se fundó el día 10 de marzo del año 2008, se encuentra ubicado en el barrio Cuernavaca a 100m de la “Y” fue creada por los contadores Jayro Uzziel Pérez Pérez y Marta Madai Escalante Morales, cuentan con clientes de diferentes lugares cercanos como, chicomuselo, las limas, Sabinalito, bella vista, reforma, aguazarca y Lazaro, Los clientes tienen diferentes titulaciones como maestros, ingenieros, odontólogos, licenciados, técnicos, entre otros.

El terreno en donde se encuentra el despacho contable es de 8x6, actualmente están viendo las posibilidades de poder aperturar una nueva sucursal en el barrio llamada loma bonita.

El despacho es una consultoría especializada en la prestación de servicios relacionados con la contabilidad y las finanzas. Se dedican a llevar un registro ordenado y preciso de las transacciones financieras de sus clientes, gestionar los impuestos, proporcionar asesoramiento fiscal y financiero, y garantizar el cumplimiento de las regulaciones tributarias locales y nacionales. Esto con la finalidad de que ayudan a mantener la salud financiera, evitar sanciones y multas, y optimizan la gestión de los recursos económicos.

El **consultorio del Doctor Raul** fue creada el 13 de enero del año 1997, creada por el doctor Raúl Ismael Gonzales quien estuvo varios años ejerciendo su carrera de odontólogo, fue has el año del 2019 que perdió la vida debido a la enfermedad de COVID-19.

El consultorio se encuentra ubicado en el barrio el centro, quien ahora es atendido por el odontólogo Ricardo Gonzalo Herrera, quien se encarga de la prevención, el diagnóstico y el tratamiento de las enfermedades bucales como son: caries, enfermedades periodontales y maloclusiones, con una visión integradora (bio-psico-social) y con el objetivo de conservar y/o rehabilitar el sistema estomatognático. Las principales tareas que realiza son:

- La elaboración de la historia clínica y pruebas diagnósticas, como radiografías (periapicales, oclusales, aleta de mordida, panorámica) y modelos de estudio.
- Diagnóstico de las enfermedades bucales y sistémicas que se manifiesten en la boca. Entre otras.

3.6 MUESTRA

(M. I. Ortego, s/f), afirma que:

Se denomina muestra a un subconjunto de unidades estadísticas extraído del universo del cual se quiere conocer ciertas características. Es a partir de los resultados observados sobre la muestra que se va a extrapolar para producir estimaciones de dicho universo. (p.2)

La muestra de nuestra investigación son veinte personas de los distintos despacho, consultorios y oficinas de Frontera Comalapa, Chiapas.

3.6.1 TIPOS DE MUESTREO

La investigación que se presenta es estratificada de tipo de muestreo por conveniencia, es estratificado debido a que solo se encuestarán a las personas que

lleven una contabilidad de sus recursos y es muestreo por conveniencia porque elegimos algunos despachos con disponibilidad de los clientes y de las oficinas.

A continuación, se describen los diferentes tipos de muestreo.

3.6.1.1 PROBABILÍSTICO

(Salvadó, 2013), define que:

Es requisito que todos y cada uno de los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados (azar). Se debe tener disponible un listado completo de todos los elementos de la población, a esto se le llama Marco de Muestreo. (s/p).

3.6.1.1.1 ALEATORIO SIMPLE

(Velázquez A. P.) señala:

El muestreo aleatorio es una técnica que permite obtener una muestra representativa de la población. Ésta se basa en el concepto de probabilidad, el cual marca que cualquier elemento de la población tiene la misma probabilidad de ser elegido y que la elección de cada elemento es independiente de cualquier selección previa. Los muestreos probabilísticos son de varios tipos.

3.6.1.1.2 ESTRATIFICADO

(Otzen, 2017) define:

Aleatorio estratificado: Se determina los estratos que conforman la población blanco para seleccionar y extraer de ellos la muestra (se define como estrato a los subgrupos de unidades de análisis que difieren en las características que van a ser analizadas).

3.6.1.1.3 SISTEMÁTICO

(Velázquez M. e., s/f), menciona que:

En este caso se elige de manera aleatoria el sitio de muestreo para un estrato determinado, mientras que en los estratos restantes el sitio de muestreo se determina a partir de la misma posición relativa. Un caso típico de esto consiste en elegir el centro de cada estrato como sitio de la muestra. (s/p)

3.6.1.1.4 POR CONGLOMERADO

(Otzen T. , 2017) menciona:

Consiste en elegir de forma aleatoria ciertos barrios o conglomerados dentro de una región, ciudad, comunidad etc., para luego elegir unidades más pequeñas como cuadras, calles, etc. y finalmente otras más pequeñas, como escuelas, consultorios,

hogares (una vez elegido esta unidad, se aplica el instrumento de medición a todos sus integrantes).

3.6.1.2 NO PROBABILÍSTICO

(Sampieri, 2010), menciona que:

En las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien hace la muestra. Aquí el procedimiento no es mecánico ni con base en fórmulas de probabilidad, sino que depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores y, desde luego, las muestras seleccionadas obedecen a otros criterios de investigación. (p.176)

3.6.1.2.1 MUESTREO POR CONVENIENCIA

(Casal, 2003) menciona:

Consiste en la elección por métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo. En este tipo de muestreos la “representatividad” la determina el investigador de modo subjetivo, siendo este el mayor inconveniente del método ya que no podemos cuantificar la representatividad de la muestra (p.5).

3.6.1.2.2 MUESTREO POR CUOTAS

(Salvadó, 2013) señala:

Todos los elementos conocidos de la población tienen que aparecer en la muestra. Se debe asegurar que estos aparezcan en la misma proporción que en la población. El investigador entrevista a todas las personas de cada categoría que pueda encontrar hasta que haya llenado la cuota.

3.6.1.2.3 ACCIDENTAL O BOLA DE NIEVE

Espinoza (s/f) señala: Se aprovecha o utiliza personas disponibles en un momento dado que se corresponda con el propósito del estudio (p.20).

3.7 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.7.1 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Las técnicas que principalmente se aplicarán en esta investigación son, la observación y la encuesta, ésta última a partir de la aplicación de un cuestionario de 25 preguntas, de las cuales la mayoría son cerradas con la finalidad de obtener por parte del encuestado, opiniones más precisas.

Las técnicas que se usaron en la investigación son la observación directa en la que observaremos las actitudes de las personas a la hora de encuestarlos, así como la técnica de la encuesta para recopilar datos indispensables para comprobar hipótesis.

(Aguar, 2016) Afirma que:

Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Son ejemplos de técnicas: la observación directa, el análisis documental, análisis de contenido, etc.

Cada tipo de investigación determinara las técnicas a utilizar y cada técnica establece sus herramientas, instrumentos o medios que serán empleados.

La técnica a usar en esta investigación será la observación directa debido a que únicamente se realizará la observación sin tratar de manipular las variables para que no alterar los resultados.

3.7.1.1 TECNICA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

Es un método de recolección de datos que consiste básicamente en observar el objeto de estudio dentro de una situación particular. Todo esto se hace sin necesidad de intervenir o alterar el ambiente en el que se desenvuelve el objeto. De lo contrario, los datos que se obtengan no van a ser válidos.

3.7.1.2 TECNICA DE ANALISIS DE CONTENIDO

(Ocampo, 2020) Menciona a Berelson, quien se refiere al análisis de contenido como “la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación” (Citado en Abarca, et al.,2013, p.194).

Aunque en la definición más clásica de la técnica análisis de contenido se pone énfasis en el carácter “objetivo” con el cual debe proceder dicho análisis, Abarca, et al. (2013) señalan que, en realidad, este es un aspecto que se le solicita a todo investigador, independientemente de la técnica de investigación que utilice en su estudio.

3.7.1.3 TECNICA DE ANALISIS DOCUMENTAL

El análisis documental es un trabajo mediante el cual por un proceso intelectual extraemos unas nociones del documento para representarlo y facilitar el acceso a los originales. Analizar, por tanto, es derivar de un documento el conjunto de palabras y símbolos que le sirvan de representación. (Liniers, s.f.)

3.7.2 INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

(Aguiar, 2016) Afirma que un instrumento de recolección de datos es en principio cualquier recurso de que pueda valerse el investigador para acercarse a los

fenómenos y extraer de ellos información. De este modo el instrumento sintetiza en si toda la labor previa de la investigación, resume los aportes del marco teórico al seleccionar datos que corresponden a los indicadores y, por lo tanto, a las variables o conceptos utilizados.

Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información.

3.7.2.1 OBSERVACIÓN

(POSTGRADO, 2009), da a conocer:

Tradicionalmente el acto de "observar" se asocia con el proceso de mirar con cierta atención una cosa, actividad o fenómeno, o sea concentrar toda su capacidad sensitiva en algo por lo cual estamos particularmente interesados.

En la investigación se hará uso de esta técnica, apoyándose del instrumento ficha de observación.

3.7.2.2 ENCUESTA

(POSTGRADO, 2009), manifiesta que:

Para algunos investigadores no es otra cosa que la recolección sistemática de datos en una población o en una muestra de la población, mediante el uso de entrevistas personales y otros instrumentos para obtener datos. Habitualmente a este tipo de estudio se le denomina así, cuando se ocupa de grupos de personas, numerosas y dispersas. Para otros, la encuesta es solo una pluralidad de técnicas que se utilizan a nivel masivo.

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

16.- ¿dispones de toda la información sobre el problema?

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

17.- ¿Tienes en cuenta cuál es tu objetivo final?

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

18.- ¿tomas en cuenta qué ganas y que pierdes?

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

19.- ¿cuentas con cuáles son tus prioridades?

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

20.-- ¿Las opiniones de otras personas pueden ayudarte?

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

Espacio laboral

21.- Tengo interacciones amistosas con mis compañeros de trabajo

a) Pocas veces b) Muchas veces c) No

22.- Suelo hacer actividades con mis compañeros de trabajo

a) Pocas veces b) Muchas veces c) No

23.- Motivo con frecuencia a las personas que están conmigo a ser mejores

a) Pocas veces b) Muchas veces c) No

24.- Pregunto cómo se sienten las demás personas en su espacio laboral

a) Pocas veces b) Muchas veces c) No

25.- Siento que mis decisiones pueden afectar a los que me rodean o dependen de mi

a) Pocas veces b) Muchas veces c) No

Capítulo IV

4. RESULTADOS

De acuerdo a los objetivos planteados en la investigación y el marco teórico que sustenta nuestra investigación al igual que el análisis de nuestros resultados, se distinguen tres principales resultados:

Primera: De acuerdo a los resultados en nuestra investigación en las gráficas de la 1 a 8, que corresponden al espacio personal, se manifiesta que el 75% de personas se estresan poco en su espacio de trabajo, el 20% se estresa mucho y el 5% siempre se estresa en su trabajo, se concluye que la mayoría de personas llevan su trabajo de una manera tranquila sin tanta presión como para estresarse. También vemos que el 50% de personas suele darse poco tiempo de relajación en el trabajo, el 35% se da muchos tiempos de relajación y el 15% siempre se da sus tiempos de relajación en el trabajo.

Segunda: En el apartado de las decisiones de acuerdo a nuestra gráfica número 9 nos damos cuenta que el 50% de personas se sienten seguras de sí mismas en sus situaciones de decisión y el otro 50% casi siempre siente esa seguridad, de acuerdo a nuestra gráfica número 14 de nuestra encuesta nos encontramos que el 10% de las personas se estresa siempre en situaciones difíciles en su trabajo, otro 10% casi siempre, el 60% casi nunca se estresa, mientras que el otro 20% nunca se estresa ante situaciones difíciles; con esto podemos deducir que las personas encuestadas se sienten seguras de sí mismas, mas sin embargo en situaciones realmente difíciles algunas suelen estresarse y esto podría afectar la seguridad de algunas personas en tomar sus decisiones en situaciones estresantes.

Tercera: En nuestro apartado de espacio laboral, que estudia la relación entre jefe y empleado, nos damos cuenta gracias a nuestra gráfica número 21 que el 60% de los encuestados muchas veces tienen interacciones amistosas con sus compañeros de trabajo, el 25% suele tener pocas interacciones con sus compañeros y el 15% no suele tener interacciones con sus compañeros de trabajo en horarios laborales, según nuestra gráfica número 19 con pregunta sobre las prioridades nos damos cuenta que el 75% de las personas tienen siempre en cuenta cuáles son sus prioridades, el 15% casi siempre tiene en cuenta sus prioridades mientras que el 10% todavía no tiene en cuenta sus propias prioridades.

De acuerdo con esta información nos damos cuenta que las personas son seguras en sí mismas, suelen estresarse de vez en cuando en su espacio laboral, medianamente interactúan con sus compañeros de trabajo y tienen en cuenta cuáles son sus prioridades, las decisiones financieras pueden tener repercusiones si estas no son tomadas de manera censata, pero en la mayoría de los encuestados no tiene problemas en este tema, ya que siempre tienen en mente sus objetivos finales y no suelen estresarse en la mayoría de situaciones para que esto les afecte en sus propias decisiones y así no llevar su empresa o negocio a un mal camino.

PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION

VARIABLE	DETALLE	FRECUENCIA	%
DISPOSITIVO ELECTRONICO	SI	20	100%
	NO	0	0%
	TOTAL	20	100%
FRECUENCIA	POCO	2	10%
	MUCHO	8	40%
	SIEMPRE	10	50%
	TOTAL	20	100%
ESTRÉS	POCO	15	75%
	MUCHO	4	20%
	SIEMPRE	1	5%
	TOTAL	20	100%
ACTIVIDADES O JUEGOS	POCO	12	60%
	MUCHO	4	20%
	SIEMPRE	4	20%
	TOTAL	20	100%
TIEMPO DE RELAJACION	POCO	10	50%
	MUCHO	7	35%
	SIEMPRE	3	15%
	TOTAL	20	100%
AMIGOS	POCO	13	65%
	MUCHO	3	15%
	SIEMPRE	4	20%
	TOTAL	20	100%
DEPORTE	POCO	13	65%
	MUCHO	5	25%
	SIEMPRE	2	10%
	TOTAL	20	100%
OPINIONES FAMILIARES	POCO	14	70%
	MUCHO	3	15%
	SIEMPRE	3	15%
	TOTAL	20	100%
SEGURIDAD	SIEMPRE	10	50%
	CASI SIEMPRE	10	50%
	CASI NUNCA	0	0%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	20	100%
SOLUCION	SIEMPRE	14	70%
	CASI SIEMPRE	6	30%
	CASI NUNCA	0	0%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	20	100%

OPTIMISTA	SIEMPRE	11	55%
	CASI SIEMPRE	8	40%
	CASI NUNCA	1	5%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	20	100%
PENSAR	SIEMPRE	10	50%
	CASI SIEMPRE	9	45%
	CASI NUNCA	1	5%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	20	100%
ANALIZAR	SIEMPRE	16	80%
	CASI SIEMPRE	4	20%
	CASI NUNCA	0	0%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	20	100%
SITUACIONES DIFICILES	SIEMPRE	2	10%
	CASI SIEMPRE	2	10%
	CASI NUNCA	12	60%
	NUNCA	4	20%
	TOTAL	20	100%
OPINIONES	SIEMPRE	0	0%
	CASI SIEMPRE	9	45%
	CASI NUNCA	8	40%
	NUNCA	3	15%
	TOTAL	20	100%
INFORMACION	SIEMPRE	3	15%
	CASI SIEMPRE	15	75%
	CASI NUNCA	2	10%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	20	100%
OBJETIVO	SIEMPRE	13	65%
	CASI SIEMPRE	7	35%
	CASI NUNCA	0	0%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	20	100%
GANAS O PIERDES	SIEMPRE	13	65%
	CASI SIEMPRE	7	35%
	CASI NUNCA	0	0%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	20	100%
PRIORIDADES	SIEMPRE	15	75%
	CASI SIEMPRE	3	15%
	CASI NUNCA	2	10%

	NUNCA	0	0%
	TOTAL	20	100%
OPINIONES PARTICULARES	SIEMPRE	3	15%
	CASI SIEMPRE	13	65%
	CASI NUNCA	4	20%
	NUNCA	0	0%
	TOTAL	20	100%
INTERACCIONES	POCAS VECES	5	25%
	MUCHAS VECES	12	60%
	NO	3	15%
	TOTAL	20	100%
ACTIVIDADES	POCAS VECES	6	30%
	MUCHAS VECES	8	40%
	NO	6	30%
	TOTAL	20	100%
MOTIVACION	POCAS VECES	5	25%
	MUCHAS VECES	15	75%
	NO	0	0%
	TOTAL	20	100%
ESPACIO LABORAL	POCAS VECES	10	50%
	MUCHAS VECES	7	35%
	NO	3	15%
	TOTAL	20	100%
DESICIONES	POCAS VECES	8	40%
	MUCHAS VECES	6	30%
	NO	6	30%
	TOTAL	20	100%

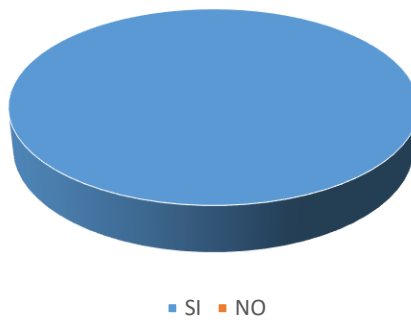
PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION

Espacio personal

1.- Cuenta con dispositivos electrónicos como celular, computadora, Tablet etc.

SI	20
NO	0

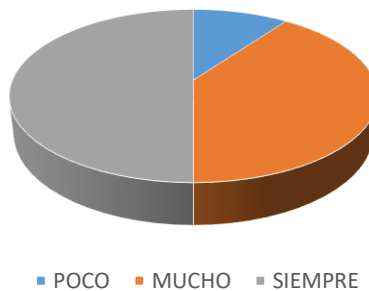
Grafica 1



2.- Usa con frecuencia esos dispositivos para su trabajo

POCO	2
MUCHO	8
SIEMPRE	10

Grafica 2



3.- Se estresa en su tiempo de trabajo

POCO	15
MUCHO	4
SIEMPRE	1



4.- En su familia realizan actividades o juegos por las tardes

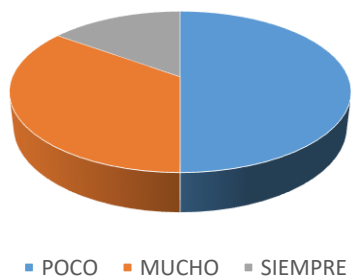
POCO	12
MUCHO	4
SIEMPRE	4



5.- Suele darse un tiempo de relajación en su trabajo

POCO	10
MUCHO	7
SIEMPRE	3

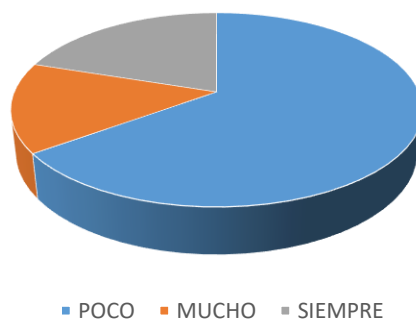
GRAFICA 5



6.- Suelo salir con amigos fuera del trabajo

POCO	13
MUCHO	3
SIEMPRE	4

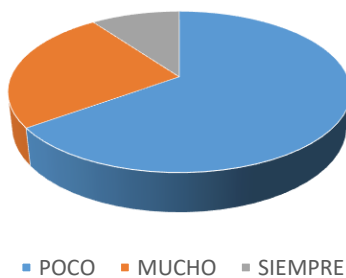
GRAFICA 6



7.- Practico algún deporte por las tardes

POCO	13
MUCHO	5
SIEMPRE	2

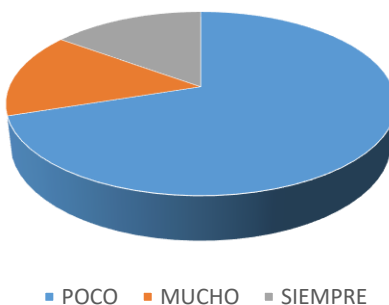
GRAFICA 7



8.- Suelo pedir opinión a mis familiares sobre mis problemas personales y del trabajo

POCO	14
MUCHO	3
SIEMPRE	3

GRAFICA 8



Decisiones

9.- Me siento seguro de mí mismo en la mayoría de las situaciones

SIEMPRE	10
CASI SIEMPRE	10
CASI NUNCA	
NUNCA	



10.- Frente a varias dificultades que tengo las intento solucionar una por una

SIEMPRE	14
CASI SIEMPRE	6
CASI NUNCA	0
NUNCA	0



11.- Soy optimista y siento que todo me va a salir bien en todo lo que hago

SIEMPRE	11
CASI SIEMPRE	8
CASI NUNCA	1
NUNCA	0



12.- Pienso mucho las cosas antes de hacerlas

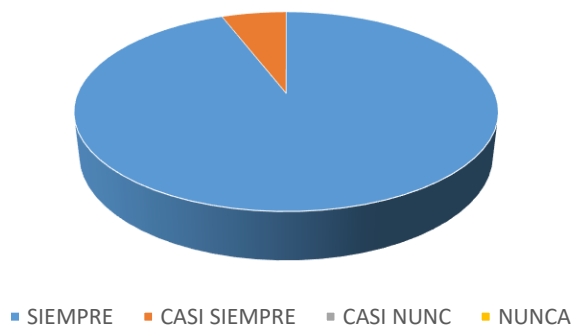
SIEMPRE	10
CASI SIEMPRE	9
CASI NUNCA	1
NUNCA	0



13.- Analizo la situación para buscar una solución para el problema

SIEMPRE	16
CASI SIEMPRE	4
CASI NUNCA	0
NUNCA	0

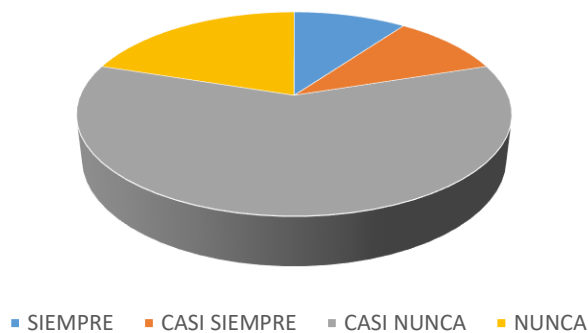
GRAFICA 13



14.- Me estreso fácilmente a situaciones difíciles en mi trabajo

SIEMPRE	2
CASI SIEMPRE	2
CASI NUNCA	12
NUNCA	4

GRAFICA 14



15.- Pido la opinión de otras personas para tomar mis decisiones

SIEMPRE	0
CASI SIEMPRE	9
CASI NUNCA	8
NUNCA	3



16.- ¿dispones de toda la información sobre el problema?

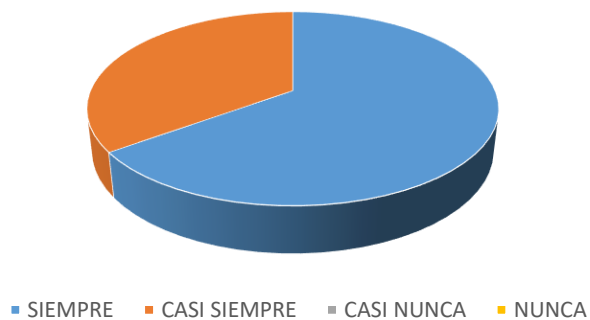
SIEMPRE	3
CASI SIEMPRE	15
CASI NUNCA	2
NUNCA	0



17.- ¿Tienes en cuenta cuál es tu objetivo final?

SIEMPRE	13
CASI SIEMPRE	7
CASI NUNCA	0
NUNCA	0

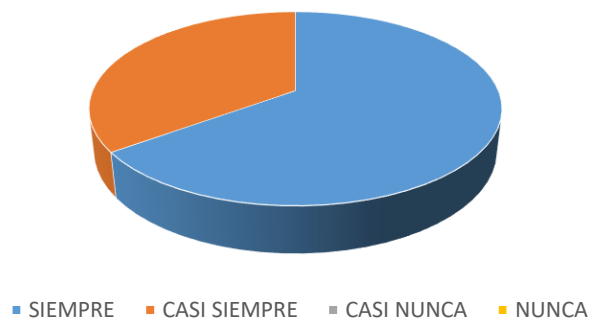
GRAFICA 17



18.- ¿tomas en cuenta qué ganas y que pierdes?

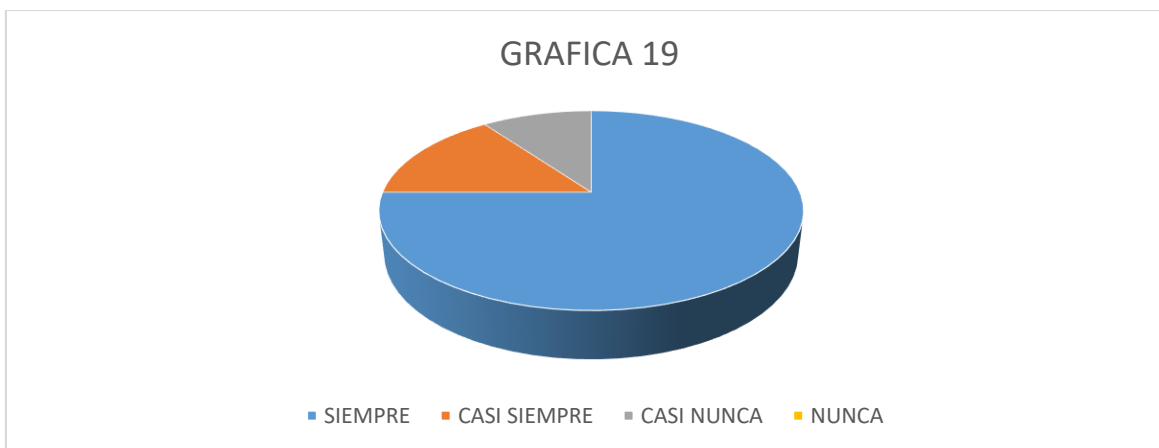
SIEMPRE	13
CASI SIEMPRE	7
CASI NUNCA	0
NUNCA	0

GRAFICA 18



19.- ¿cuentas con cuáles son tus prioridades?

SIEMPRE	15
CASI SIEMPRE	3
CASI NUNCA	2
NUNCA	0



20.-- ¿Las opiniones de otras personas pueden ayudarte?

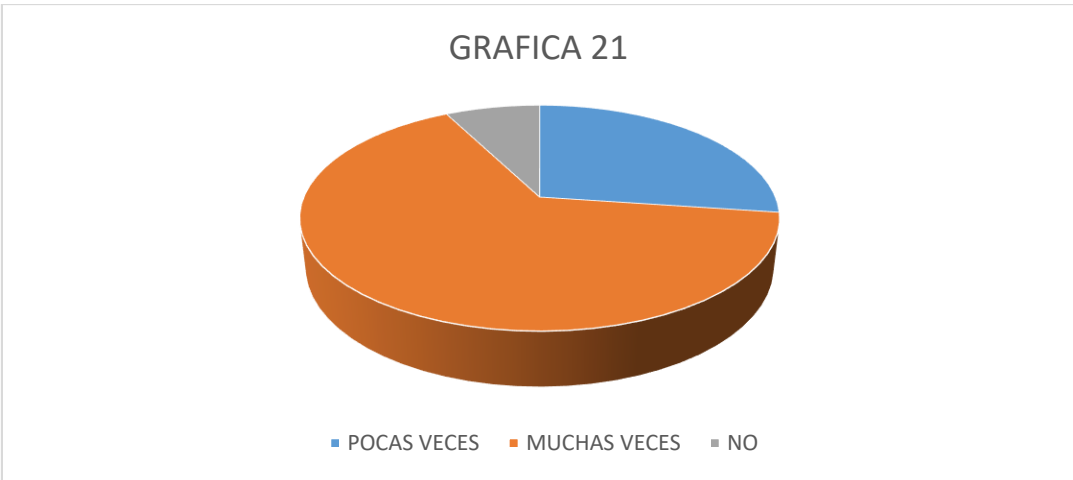
SIEMPRE	3
CASI SIEMPRE	13
CASI NUNCA	4
NUNCA	0



Espacio laboral

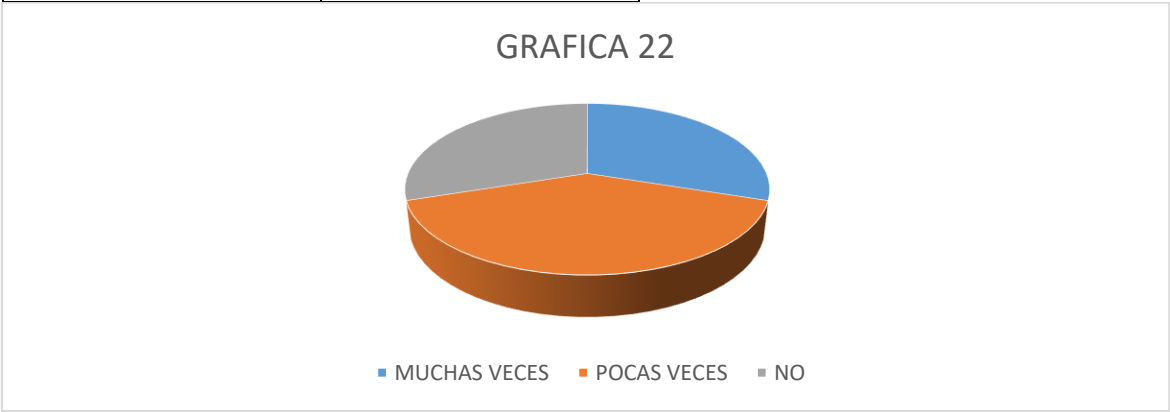
21.- Tengo interacciones amistosas con mis compañeros de trabajo

POCAS VECES	5
MUCHAS VECES	12
NO	3



22.- Suelo hacer actividades con mis compañeros de trabajo

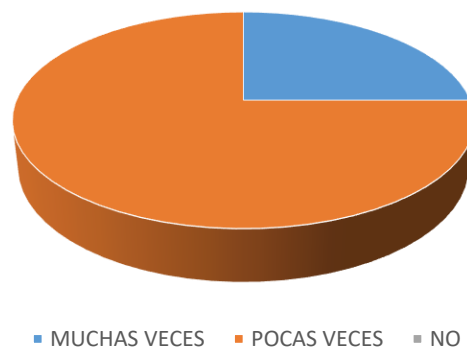
POCAS VECES	6
MUCHAS VECES	8
NO	6



23.- Motivo con frecuencia a las personas que están conmigo a ser mejores

POCAS VECES	5
MUCHAS VECES	15
NO	0

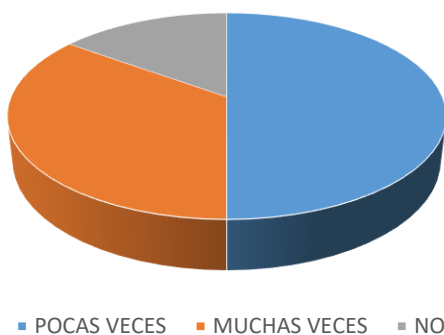
GRAFICA 23



24.- Pregunto cómo se sienten las demás personas en su espacio laboral

POCAS VECES	10
MUCHAS VECES	7
NO	3

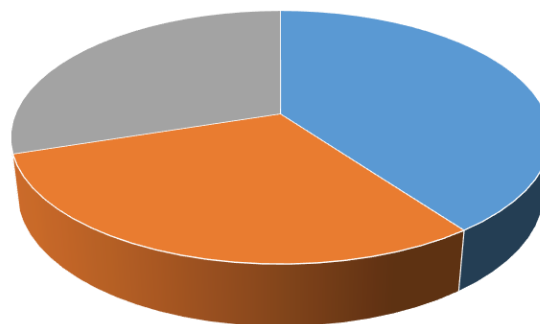
GRAFICA 24



25.- Siento que mis decisiones pueden afectar a los que me rodean o dependen de mi

POCAS VECES	8
MUCHAS VECES	6
NO	6

GRAFICA 25



■ MUCHAS VECES ■ POCAS VECES ■ NO

ANALIZO LA SITUACION PARA BUSCAR UNA SOLUCION PARA EL PROBLEMA

SIEMPRE	16
CASI SIEMPRE	4
CASI NUNCA	0
NUNCA	0



ANALISIS: De acuerdo a esta grafica nos damos cuenta que 80% de los encuestados siempre analizan la situacion del problema para poder encontrar una solucion y salir de este percance, mientras que el 20% casi siempre busca esa solucion.

INTERPRETACION: Los datos que la grafica nos da, se considera que las personas suelen analizar siempre los problemas que se les aparece para poder buscar soluciones y asi no verse afectados por malas decisiones tomadas por la consecuencia de no analisis la situacion.

SUGERENCIAS/ PROPUESTAS

- Tener en cuenta toda la información sobre el problema para así poder encontrar una solución y no actuar o tomar las decisiones de manera precipitada ya que esto puede llevar a tomar una mala decisión y las consecuencias pueden afectar a la situación financiera de la persona y su negocio o empresa.
- Tomarse las cosas con calma, darse tiempo de relajación en el trabajo ya que así pueden desestresarse y tener la calma necesaria para analizar las diferentes situaciones que pueden ocurrir dentro del horario laboral, y también puede tener consecuencias fuera del espacio laboral, como en el hogar.
- Convivir más a menudo con los compañeros o empleados del trabajo ya que al llevar una buena relación laboral la eficiencia en el trabajo es mucho mayor, los trabajadores realizan sus actividades con más ánimos y también pueden ayudar al patrón en dificultades que él por su propia cuenta quizá no podría solucionar.
- Tener en cuenta a las personas que viven en su hogar como su familia para tener la comunicación y confianza de contarle sus problemas personales y laborales, ya que una plática con los familiares puede ayudar a sacar todo el estrés que se trae uno del trabajo y los familiares pueden apoyar para solucionar algunos problemas con sus consejos.
- Tener actividades deportivas por las tardes podría ser una manera de canalizar ese estrés que se ha tenido durante el tiempo laboral en diferentes ejercicios y deportes que una persona puede hacer por las tardes con sus amigos o familiares.

CONCLUSIONES

De acuerdo con toda la investigaciones previamente echa, se identifica que las decisiones financieras son muy importantes para el buen funcionamiento de una empresa o un negocio, una buena decision financiera es muy importante para la supervivencia del negocio, las personas suelen tener situaciones en las que su salud mental se les ve amenazada por las diversas dificultades que se le presentan en su espacio laboral.

Muchas de estas situaciones son manejadas con tranquilidad ya que la experiencia que han tenido muchas de las personas que estuvimos encuestando nos han dicho que tomar decisiones precipitadas los han llevado a perdidas que les ha costado recuperar, por esta razon gracias a esa experiencia han aprendido a pensar y analizar bien las situaciones antes de tomar decisiones presipitadas.

Los diversos autores que estudian este tema han expresado en sus escritos e investigaciones que un empresario o una persona que tiene a su cargo responsabilidades monetarias deben tener la cabeza fria, los pensamientos centrados, y ser personas calculadoras en todo lo que hacen, no dejarse llevar por emociones que pueden afectar sus situaciones financieras y tomar las decisiones correctas para ellos y su empresa que para terceros.

La psicologia en la toma de decisiones financieras es un tema bastante compleja e interesante ya que la psicologia muchas veces pasa por alto en el tema financiero, pero esta area es muy importante, ya que dicho campo estudia el comportamiento humano, los pensamientos, los sentimientos, la forma de actuar y tambien puede ayudar a arreglar ciertos comportamientos que estan mal en nosotros, estos comportamientos y sentimientos pueden jugar un papel importante en la toma de decisiones, ya que estos sentimientos pueden hacernos tomar decisiones que despues podriamos arrepentirnos al ver las consecuencias que esta decision causo.

Bibliografía

Adam Smith, E.O. (1759). (La teoría de los sentimientos morales) Pag. 25 - 26

RICARDO PASCALE,(2009) Decisiones Financieras - 6a ed. - Buenos Aires: Prentice Hall - Pearson Education, ISBN: 978-987-615-067-5

Kenneth Savitskya y Thomas Gilovich. (2003). Pag. 618 - 625 La ilusión de transparencia y el alivio

de ansiedad del habla. Revista de Psicología Social Experimental. Volumen 39.

Aguiar, M. (2016). Sabe Metodología. Obtenido de <https://sabermetodologia.wordpress.com/2016/02/15/tecnicas-e-instrumentos-de-recoleccion-de-datos/>

Casal, E. M. (2003). Tipos de Muestreo. Rev. Epidem. Med. Prev., 3-7.

Leon, N. T. (2007). Poblacion y Muestra. Poblacion y Muestra, 2.

Liniers, M. C. (s.f.). Obtenido de <http://www.iberius.org/documents/20536/22591/Elanalisismdocumental.pdf/f330b2e3-8c62-46b0-865c-182882802f6f>

M. I. Ortego, J. G. (s/f). Descripción Socioeconómica de la Población. Análisis de Datos Estadísticos en cooperación para el Desarrollo, 2.

Ocampo, D. S. (01 de Septiembre de 2020). Investigalia. Obtenido de <https://investigaliacr.com/investigacion/la-tecnica-analisis-de-contenido/>

Otzen, T. (2017). Tecnicas de Muestreo sobre una Poblacion a Estudio. 228.

Otzen, T. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población de Estudio. 229.

Sampieri, R. H. (2010). Metodología de la Investigación. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Velázquez, A. P. (s.f.). Diplomado en Analisis de Informacion Geoespacial. 2.

Velázquez, M. e. (s/f). Tipos de Muestreo. Diplomado en analisis de información, 1-14.

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

10.- Frente a varias dificultades que tengo las intento solucionar una por una

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

11.- Soy optimista y siento que todo me va a salir bien en todo lo que hago

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

12.- Pienso mucho las cosas antes de hacerlas

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

13.- Analizo la situación para buscar una solución para el problema

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

14.- Me estreso fácilmente a situaciones difíciles en mi trabajo

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

15.- Pido la opinión de otras personas para tomar mis decisiones

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

16.- ¿dispones de toda la información sobre el problema?

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

17.- ¿Tienes en cuenta cuál es tu objetivo final?

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

18.- ¿tomas en cuenta qué ganas y que pierdes?

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

19.- ¿cuentas con cuáles son tus prioridades?

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

20.-- ¿Las opiniones de otras personas pueden ayudarte?

- a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

Espacio laboral

21.- Tengo interacciones amistosas con mis compañeros de trabajo

- a) Pocas veces b) Muchas veces c) No

22.- Suelo hacer actividades con mis compañeros de trabajo

- a) Pocas veces b) Muchas veces c) No

23.- Motivo con frecuencia a las personas que están conmigo a ser mejores

- a) Pocas veces b) Muchas veces c) No

24.- Pregunto cómo se sienten las demás personas en su espacio laboral

- a) Pocas veces b) Muchas veces c) No

25.- Siento que mis decisiones pueden afectar a los que me rodean o dependen de mi

- a) Pocas veces b) Muchas veces c) No

Decisiones

9.- Me siento seguro de mí mismo en la mayoría de las situaciones

- a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

10.- Frente a varias dificultades que tengo las intento solucionar una por una

- a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

11.- Soy optimista y siento que todo me va a salir bien en todo lo que hago

- a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

12.- Pienso mucho las cosas antes de hacerlas

- a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

13.- Analizo la situación para buscar una solución para el problema

- a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

14.- Me estreso fácilmente a situaciones difíciles en mi trabajo

- a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

15.- Pido la opinión de otras personas para tomar mis decisiones

- a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

16.- ¿dispones de toda la información sobre el problema?

- a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

17.- ¿Tienes en cuenta cuál es tu objetivo final?

- a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

18.- ¿tomas en cuenta qué ganas y que pierdes?

- a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

19.- ¿cuentas con cuáles son tus prioridades?

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

20.-- ¿Las opiniones de otras personas pueden ayudarte?

a) Siempre b) Casi siempre c) Casi nunca d) Nunca

Espacio laboral

21.- Tengo interacciones amistosas con mis compañeros de trabajo

a) Pocas veces b) Muchas veces c) No

22.- Suelo hacer actividades con mis compañeros de trabajo

a) Pocas veces b) Muchas veces c) No

23.- Motivo con frecuencia a las personas que están conmigo a ser mejores

a) Pocas veces b) Muchas veces c) No

24.- Pregunto cómo se sienten las demás personas en su espacio laboral

a) Pocas veces b) Muchas veces c) No

25.- Siento que mis decisiones pueden afectar a los que me rodean o dependen de mi

a) ~~Pocas veces~~ b) Muchas veces c) No

ANEXO C:



LA ENCUESTA FUE
REALIZADA A UN
CONTADOR EN EL
DESPACHO JUAREZ
VAZQUEZ EL DIA 20
DE MAYO DEL 2024 A
LAS 11:00AM



LA ENCUESTA FUE REALIZADA EN EL CONSULTORIO DEL DOCTOR RAUL AL ODONTOLOGO EL DIA 21 DE MAYO DEL 2024 A LAS 12:00PM



ENCUESTA REALIZADA EL DIA 22 DE MAYO A LAS 12:00PN
EN EL CONSULTORIO EL CENTRO A UNA ENFERMERA.



ENCUESTA REALIZADA EL DIA 23 DE
MAYO A LAS 4:00PM A
CONTADORES DEL DESPACHO
CONTAL ADMINISTRATIVO EN EL
BARRIO FRAMBOYAN