

**NEUROCIENCIA EN ACCIÓN:
CLAVES CONDUCTUALES PARA UNA GERENCIA EFECTIVA**

**NEUROSCIENCE IN ACTION:
BEHAVIORAL KEYS TO EFFECTIVE MANAGEMENT**

Alexis Lattuf

alexis.lattuf@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-5621-8928>

Universidad Fermín Toro

Recepción: 14-02-2025

Aprobación: 28-04-2025

RESUMEN

El presente ensayo argumentativo, tuvo como propósito reflexionar acerca de la aplicación de la neurociencia, entendida como el estudio del comportamiento del cerebro en la gerencia, con el fin de comprender la conducta humana relacionada con la gestión organizacional. Es así como los avances de la neurociencia, fueron estudiados para comprender la manera en la cual el funcionamiento del cerebro, desde la observancia de su impacto emocional, incide en la toma de decisiones. De allí que, estas funciones neurológicas facilitan las actividades y procesos gerenciales. Metodológicamente la indagación se sitúa en el paradigma cualitativo, con diseño hermenéutico, haciendo uso de las técnicas de análisis de contenido. Entre las conclusiones de esta investigación se aprecia que el aporte de la neurociencia al liderazgo y a la gestión empresarial. Desde su incorporación al dominio público en 2007, la neurociencia ha influido significativamente en la transformación gerencial. Para 2025, sus avances científicos han permitido la comprensión con mayor claridad acerca del funcionamiento cerebral, aportando elementos esenciales sobre el comportamiento humano, donde los procesos decisionales y la gestión emocional se vuelven impostergables en entornos organizacionales. Estos conocimientos han sido integrados por diversos autores que replantean el liderazgo desde una perspectiva más humana e integral. La gerencia, más allá de ser una práctica técnica, se concibe como experiencia que involucra empatía, autorregulación y conciencia emocional. Este ensayo avizora una mirada estratégica para consolidar liderazgos más efectivos y sostenibles, en sintonía con los desafíos humanos y complejos de las organizaciones inteligentes del presente y del porvenir. A futuro, se espera ser referente teórico en el abordaje de la aplicación de la neurociencia a la gerencia, tomando en consideración las emociones del gerente como determinantes en la toma de decisiones.

Palabras clave: neurociencia, conducta humana, gerencia.

ABSTRACT

The purpose of this argumentative essay was to reflect on the application of neuroscience, understood as the study of brain behavior, in management, in order to understand human behavior related to organizational management. Advances in neuroscience were thus studied to understand how brain function, through the observation of its emotional impact, influences decision-making. Therefore, these neurological functions facilitate managerial activities and processes. Methodologically, the inquiry is situated within the qualitative paradigm, with a hermeneutic design, making use of content analysis techniques. Among the conclusions of this research is the contribution of neuroscience to leadership and business management. Since its incorporation into the public domain in 2007, neuroscience has significantly influenced managerial transformation. By 2025, scientific advances have enabled a clearer understanding of brain function, providing essential insights into human behavior, where decision-making processes and emotional management become imperative in organizational settings. This knowledge has been integrated by various authors who reframe leadership from a more human and holistic perspective. Management, beyond being a technical practice, is conceived as an experience that involves empathy, self-regulation, and emotional awareness. This essay envisions a strategic approach to consolidating more effective and sustainable leadership, in tune with the complex human challenges of intelligent organizations today and tomorrow. In the future, it is expected to become a theoretical benchmark in addressing the application of neuroscience to management, taking into account the manager's emotions as determinants in decision-making.

Keywords: neuroscience, human behavior, management.

INTRODUCCIÓN

La neurociencia caracterizada por su perspectiva interna y multidisciplinaria, se asume en la definición de la estructura y organización funcional del sistema nervioso, con un enfoque particular en el cerebro. Es así como, en estos tiempos de transformaciones sociales, conceptos como neuro liderazgo, neuromanagement, neuromarketing o neuro finanzas, despiertan creciente interés y aceptación en la puesta en acción de los distintos escenarios organizacionales. De manera tal, que esta disciplina, aporta su contribución diferenciada en algunas de las ramas de estudio mencionadas anteriormente, y en particular en la cotidianidad del hacer gerencial.

Adicionalmente, se hace referencia a la Neurología, Neurobiología, Neuroquímica, Neurofisiología, Neuropsicología, Neuro psicoterapia, Neurociencia cognitiva, dentro de las cuales se asume la perspectiva de intervención del cerebro y el sistema nervioso para crear cognición y neurociencia social.

Así, ambas dimensiones crean comportamientos sociales, tal como el cerebro y el sistema nervioso crean cognición y neurociencia social, o el cerebro y el sistema nervioso creando comportamientos sociales. En los negocios, la Neurociencia, tiene aplicaciones especializadas, se conectan en el devenir de comportamientos todas orientadas hacia el proceso de toma de decisiones de los agentes económicos haciendo hincapié en el papel que juegan las emociones.

Es importante resaltar que la toma de decisiones es considerada como la actividad más relevante que desempeñan los gerentes o líderes en todas las organizaciones. En este orden de ideas, este ensayo argumentativo, reflexiona acerca de los escenarios en los cuales la neurociencia actúa de manera significativa en el campo de la gestión empresarial al hacer impacto en la toma de decisiones.

De allí que, el ejercicio productivo expone el papel de la neurociencia en el campo de la gestión

empresarial para ser aplicado a una correcta toma de decisiones. Es una realidad hoy día, en un mercado competitivo y en constante cambio, que la toma de decisiones de los gerentes debe ser cada vez más objetivas y asertivas, donde el margen de errores sea en tanto, cada líder debe lidiar con esta presión. De allí que en este complejo devenir de la realidad que se estudia, es preciso develar que la neurociencia es un camino para entender más el cerebro, además, de ser una nueva ciencia que está aportando mucho al campo de la gestión de empresas.

Actualmente, en el mercado competitivo y dinámico, se exige la toma de decisiones gerenciales en ámbitos crecientes de objetividad y asertividad, toda vez que se ha de asumir un margen mínimo de posibles errores, que impactan la realidad empresarial. En todo caso, frente a la presión derivada de la propia dinámica productiva, el gerente y líder organizacional devienen su accionar en un contexto apropiado para que la neurociencia y su aplicabilidad, sean

reconocidas como una vía legítima en la profundización de la comprensión del cerebro humano, constituyéndose en una disciplina que aporta elementos significativos en el campo marcado por la gestión eficiente.

DESARROLLO ARGUMENTATIVO

Neurociencia como instrumento de la gerencia

La neurociencia es el estudio del cerebro, sus reacciones y por ende el sistema nervioso, así lo define la Universidad ISEP (2023), como “el conjunto de disciplinas científicas que estudian el sistema nervioso, con el fin de acercarse a la comprensión de los mecanismos que regulan el control de las reacciones nerviosas y del comportamiento del cerebro.” (p. 1) Entre las múltiples disciplinas que abordan el conocimiento del cerebro está la neuroanatomía, neurofisiología, neurofarmacología, neuroquímica, entre otras. En este sentido, la neurociencia, debe ser estudiada de manera integrada y complementaria con el fin de comprender la complejidad del órgano

mencionado. De esta manera, al vislumbrar que la neurociencia permite el estudio del cerebro y sus emociones, es importante entender que aprender es, en esencia, la capacidad de que el cerebro.

De este modo, al reconocer que la neurociencia facilita el estudio del cerebro y sus emociones, resulta fundamental comprender que aprender es, en esencia, la capacidad del cerebro para ser entrenado en función de lo que debe hacer. Por lo tanto, el aprendizaje se convierte en una herramienta vital para la adaptación y la supervivencia, ya que nos permite responder de manera efectiva a los desafíos del entorno.

En este sentido, el hombre aprendió cómo hacer fuego para calentarse y posteriormente, cocinar la carne y, así, enfermar menos. Aprendió a cultivar la tierra para asegurar alimento independientemente de la suerte en la caza y construyó viviendas que resistieran a la lluvia y al frío. Los hechos precedentes dan cuenta que el

hombre se forjó un futuro y solo así aseguró la continuidad de la especie.

Todas estas experiencias se suman a la evolución humana, en cuyo devenir, se dan cambios, descubrimientos y avances que hacen más fácil la vida, los procesos industriales y de reconocimiento de derechos, desde hace varios años, se ha evidenciado un notable incremento en el uso de la tecnología para facilitar y optimizar las labores humanas. Un claro ejemplo de ello es la Inteligencia Artificial (IA), cuyo desarrollo se inspira en la estructura y funcionamiento de las redes neuronales del cerebro humano. En particular, la IA generativa, representada por herramientas como Gemini, Copilot o ChatGPT, ha evolucionado para analizar información, establecer conexiones cognitivas y generar respuestas coherentes en contextos complejos.

Estas plataformas permiten mantener conversaciones fluidas, al contribuir con la resolución de problemas, al procesamiento del lenguaje natural, así como el

fortalecimiento del pensamiento crítico. Las ideas anteriormente expresadas, son indicativo que, los avances en neurociencia, y su combinación con la tecnología, han permitido comprender cómo funciona el cerebro, además de observar el papel que la curiosidad y la emoción tienen en la adquisición de nuevos conocimientos. Se ha demostrado científicamente que, ya sea en las aulas o en la vida, se consigue un conocimiento al memorizar, o repetir una y otra vez la información, sin embargo, una manera significativa de aprender, hacer, experimentar y, sobre todo, emocionarse, ello conforme a los pilares de la UNESCO, ser, hacer, conocer y convivir.

Por otro lado, las emociones, el aprendizaje y la memoria están estrechamente relacionadas, por ende la neurociencia, desde un enfoque holístico, ve al cerebro, tal cual un órgano que funciona como un todo diferente de la suma de sus partes constituyentes, es importante, emplear los alcances de la neurociencia en la gerencia para tratar

con el talento humano, pues el comportamiento por lo general, se hace conforme a las emociones de las personas y esto incide en la toma de decisiones que mejoren el desempeño de la organización. De allí que este concepto emergente, según lo plantea Martín (2018), puede entenderse como la forma en la cual los avances en neurociencia se aplican a la gestión empresarial.

Neurociencia: mecanismos operacionales que subyacen en decisiones gerenciales

En consideración del autor de este ensayo argumentativo, las emociones son vitales para la sobrevivencia, activan el cerebro y permiten la toma de decisiones; además se puede afirmar que la Neurociencia Afectiva, es la disciplina que estudia el sustrato nervioso de las emociones, valiéndose de principios, métodos y técnicas de diversas áreas científicas afines: neurociencia cognitiva, psicobiología, psiquiatría, psicología, etc. (Silva, 2019)

Por su parte, Chaverry y Barrantes (2023) consideran que:

“Una forma de comprender la relación entre razón y emoción es a través del análisis de lesiones cerebrales. Por ejemplo, los pacientes con lesión en la corteza orbitofrontal -que es la región que está justo por encima de las cuencas de los ojos- que integra señales del cuerpo que informan sobre el estado del cuerpo (tales como: hambre, nerviosismo, excitación, vergüenza, sed o gozo), presentan dificultades a la hora de tomar decisiones cotidianas. Aunque estas personas pueden razonar sobre los pros y contras de una decisión, se les dificulta tomarla, pues no pueden leer el estado emocional de su cuerpo, de manera que las opciones no se ven tangiblemente diferentes entre sí.” (p. 12)

Por eso se reconoce la relevancia de las emociones al decidir, dando cabida al entender que el uso de la neurociencia, definida por la Universidad ISEP (2023) como “el

estudio del sistema nervioso: su estructura, funciones, desarrollo y química, y cómo sus distintos componentes interactúan para originar la conducta humana” concede el avance en los ajustes pertinentes del mundo organizacional. La neurociencia, es la frontera en la investigación del cerebro y la mente. Entonces, el estudio del cerebro, se está convirtiendo en la clave para comprender cómo se percibe, cómo se interactúa con el mundo exterior y, en particular, cómo la experiencia y la biología de los humanos se influyen mutuamente.

Un aspecto importante de destacar, es la inteligencia emocional vista como un nuevo paradigma para comprender la toma de decisiones en el ámbito gerencial, de allí que, es, de acuerdo a Salovey y Mayer (1990):

“una forma de interactuar con el mundo que tiene en cuenta los sentimientos, y engloba habilidades tales como el control de los impulsos, la autoconciencia, la motivación, el entusiasmo,

la perseverancia, la empatía, la agilidad mental, la adaptación y el comportamiento del hombre dentro de cualquier organización, entre otras.” (p. 268)

Ellas, las emociones, configuran rasgos de carácter como la autodisciplina, la compasión o el altruismo, que resultan indispensables para una buena y creativa adaptación social. Conforme lo expresa Trinidad (2024), la neurogerencia trata de conocer y comprender el proceso neurofisiológico del ser humano y potenciar sus habilidades para el desarrollo de las competencias personales en el ámbito empresarial, ello comporta la necesidad de comprender al ser humano como un ser integral y holístico, que no puede separar el todo de sus partes.

Por lo tanto, se puede afirmar que el desarrollo del neuromanagement está en sus comienzos, si bien se reconoce sobre el funcionamiento del cerebro, todavía queda mucho camino por recorrer. Por

ello, día a día se realizan nuevas investigaciones en el intento de descifrar cuáles son las piezas que encierran varios enigmas en cuanto al cerebro y sus implicaciones con todo el sistema humano.

Este nivel de análisis del funcionamiento del cerebro, posee implicaciones en el área de las organizaciones, donde los especialistas en coordinadores de talento humano y los directivos pueden traducir, estos descubrimientos en una metodología práctica dentro de la empresa. Las situaciones aplicadas en el ámbito laboral actúan como refuerzos sociales, indicando que un trato justo y cooperativo incrementa la motivación intrínseca, mientras que la recompensa económica fomenta la motivación extrínseca.

Se puede afirmar entonces, que las neurociencias, son aplicables en el contexto de la gerencia organizacional, a través de herramientas para el fortalecimiento del estudio del cerebro de las personas, en el ejercicio de cargos

como gerentes, directivos y líderes, quienes conducen al personal en las organizaciones, lo cual implica el desarrollo de las competencias para optimizar los procesos de toma de decisiones y el pensamiento, entre otros, a fin de lograr la capacidad de concentración, para ejercer con responsabilidad, la gestión gerencial. En este contexto, destaca el pensamiento de Braidot (2005), al señalar que “las neurociencias nos permiten analizar los mecanismos físicos cerebrales que explican más eficientemente las elecciones entre unas decisiones y otra, entre un camino y otros.” (p. 28)

Ahora bien, en el ámbito de la gerencia y dirección de las organizaciones, han surgido diferentes teóricos con pensamiento estratégico para optimizar la gestión gerencial, siendo entre otros, Yovera (2019), quien define que la dirección estratégica consiste en:

“...llevar una buena relación con el capital humano, pues son los colaboradores quienes

perciben la deficiencia de la variable y, por ende, es en esos momentos en los cuales el personal no se desempeña como debería hacerlo, y esto conlleva a perjudicar su ambiente de trabajo el cual debería ser óptimo para poder brindar un mejor servicio y poder tener la efectividad que se requiere en los procesos que se desarrollan.” (p. 30)

De allí que la neurociencia, se concibe como una estrategia para el desarrollo del pensamiento estratégico en la gestión organizacional. Para ello, el cerebro humano, se comporta como la computadora que contiene las aplicaciones o software para el manejo de los procesos del pensamiento, permite el desarrollo de las habilidades y capacidades para la toma de decisiones en la solución de los problemas y situaciones a mejorar en todos los ámbitos de la vida.

En consonancia con lo anterior, la habilidad gerencial constituye un esquema operacional, destinado a realizar una función concreta; cuenta con determinados

parámetros (in-puts) o ventores de entrada, a partir de los cuales se obtiene un producto (out-put) o vector de salida, todo ello según el enfoque de Braidot, lleva a ir del Management al Neuromanagement, de allí que para Solimar (2020), citando a Azuaje (2005), esto constituiría el software de habilidad gerencial.

En este punto, dado el cambio de paradigmas y el desarrollo de la ciencia para el manejo del cerebro de los seres humanos, se ha permitido identificar los elementos de la neurociencia en las ciencias gerenciales en los siguientes elementos: Los procesos neurológicos vinculados con la toma de decisiones; el desarrollo de inteligencia individual y organizacional (inteligencia de equipos); y la planificación y gestión de personas (selección, formación, interacción grupal y liderazgo).

De esta forma, el cerebro en el management se convierte en neuromanagement, con las neurociencias cognitivas aplicadas a la gerencia, como una disciplina que explora los mecanismos intelectuales

y emocionales vinculados con la gestión de las organizaciones y personas a partir del desarrollo de la neurociencia cognitiva; por lo que ha de dirigirse hacia mejorar las metodologías de investigación, y fundamentalmente, al diseño de técnicas destinadas a potenciar la capacidad de visión de negocios mediante el desarrollo de inteligencia personal y organizacional.

En este sentido, conforme a Braidot (2005), las emociones expresan el modo de estar en la relación, es decir, reflejan la postura o actitud, ante situaciones de convivencia. Por ello se afirma que las emociones son tipos de conductas, disposiciones, dinámicas corporales (que involucran al sistema nervioso y a todo el cuerpo), y se caracterizan por dominar las conductas relacionales, es decir, las conductas y emociones determinan la coherencia entre lo que se siente, lo que se dice o expresa y lo que hace.

La emocionalidad en el neuro liderazgo

Las reflexiones que anteceden combinadas con la interpretación de los elementos, factores y condiciones asociados con el neuroliderazgo, permiten comprender que el cerebro y las emociones se asocian con el proceso de la toma de decisiones, en el sentido de la orientación que le conceden al gerente en términos significativos en su hacer como líder más efectivo.

Conforme a Alban (2013), las emociones pueden expresarse de forma: fisiológica, conductual y cognitiva, es decir, relacionándola con los aspectos corporales, de comportamiento o movimiento, y de conciencia. Se ha de asumir que los procesos organizacionales se mantienen desarrollando las actividades dentro de entornos complejos, lo cual en el contexto de nuevas posturas asociadas al mercado de cambios, competencias y desafíos aún mayores, implican tomar provecho de estos escenarios emergentes, para avanzar e innovar frente a la incertidumbre en torno a

diversidad de categorías macroeconómicas, legales, de sensibilidad social que exige a los gerentes el desarrollo de nuevas competencias adaptativas y estratégicas en el marco entendible de liderar con éxito el entorno empresarial sinérgico, dinámico y en constante evolución.

Así la tarea de liderar, requiere no sólo un trabajo de cara al entorno, sino hacia adentro de la organización y con los públicos internos, de manera que es necesario que los gerentes del siglo XXI, conozcan a su organización y a su gente, y que, además, desarrollen ciertas actitudes, destrezas y técnicas que les permitirán conducir a sus equipos o reconocer dentro de su grupo a aquellas personas en quienes delegar tareas de liderazgo.

Para ello, el gerente, debe entender la importancia de la relación con sus seguidores y conocerse a sí mismo. Se puede afirmar que, un líder influye motivando a sus subordinados, fijando metas, orientando, elaborando visiones compartidas por todos,

además de aconsejar, inspirando, por ello su tarea es tratar de desarrollar y sacar lo mejor de sus seguidores en un ambiente turbulento, manteniendo una alta adaptabilidad de la organización, sin perder de vista sus valores y fines.

Por otro lado, el liderazgo clásico tradicional, ha venido tomando otra perspectiva con la finalidad de evolucionar; por esta razón el líder encuentra en la neurociencia un gran apoyo con el cual debe familiarizarse y empoderarse, de manera que este concepto holístico pueda fortalecer los procesos productivos de toda la organización, para que así mediante el uso de la neurociencia que estudia el cerebro y la incidencia de las emociones en la conducta, pueda usarse como base para que la inspiración, la pasión y el entusiasmo, guíen los comportamientos organizacionales, pudiendo transmitir a sus trabajadores, dichos valores, para que estos se sientan comprometidos con el cumplimiento de las metas trazadas. Según Valdez y Torrealba (2006) desde la

perspectiva neurocientífica se entiende que:

“...la principal función de las neuronas de la corteza prefrontal es la de excitar o inhibir otras áreas del encéfalo. La corteza prefrontal es una estructura extensamente conectada con todas las cortezas de asociación y límbicas. Asimismo, estas conexiones son recíprocas, por lo que la corteza prefrontal también recibe gran cantidad de aferencias que codifican las más distintas informaciones. Este patrón de conexiones bidireccional le permite ejercer una función de control y supervisión de gran parte de la actividad cognitiva, conductual y emocional.” (p. 21)

Tal como se muestra en el razonamiento de los precitados autores, se asume el neuro liderazgo en términos holísticos e interdisciplinarios, tal como se asocia su carácter de la neurociencia implicada, trae consigo avances para el sector empresarial, crea nuevas

estrategias y fortalece la toma de decisiones de los líderes de cada organización, abriendo espacio a la incorporación de nuevos líderes talentosos, lo cual muestra, que la toma de decisiones, está siendo impactada por las diferentes emociones entre las que destaca el miedo, la ira, el amor entre otros y cómo esto hace que el liderazgo se vuelva más blando, es aquí donde la neurociencia da un enfoque más profundo y busca el conocimiento y control de las diferentes áreas del cerebro involucradas, garantizando un mayor desempeño y crecimiento laboral.

Aunado a lo anterior, se afirma que ser líder no se trata nada más de lo que debe lograr el jefe del departamento o empresa, o de sólo obtener resultados. Es, buscar resultados comunes a través de otros, pero no a cualquier precio, hay una característica que hace la diferencia: que el proceso sea agradable, tanto, que la gente que participa esté ahí por decisión propia, porque considera que vale la pena el esfuerzo y el

resultado...Para ello se requiere un tipo de relación que no todos pueden lograr... se requiere empatía, comunicación efectiva, cuidado legítimo por el otro.

POSTURA CONCLUSIVA

Tras haber explorado el rol significativo que avizora las manifestaciones estratégicas gerenciales, desde la neurociencia como aliada de la gerencia, es pertinente abordar una postura conclusiva frente a los requerimientos de un entorno organizacional balanceado, altamente competitivo y en constante evolución, lo que da cabida a manifestaciones integrales del conocimiento neurocientífico en los entornos gerenciales a fin de optimizar la toma de decisiones en un horizonte potencial de innovación que fortalece la experiencia, tanto del personal, como de los clientes, al considerar la aplicación de principios neurocientíficos en el diseño de estrategias efectivas para la

motivación, el liderazgo y la resolución de problemas en tiempos de cambio.

Todo ello, facilita el diseño de nuevas estrategias en un ambiente laboral sinérgico, eficiente y emocionalmente positivo. Así, se reconoce la importancia de la investigación científica en los procesos internos, a fin de impulsar la creación de equipos y departamentos especializados en investigación y desarrollo (I+D) a fin de consolidar el enfoque de una gerencia basada en el conocimiento, la adaptabilidad y el sistema de mejoras continuas a la organización.

En este orden de ideas, el propósito de este ensayo argumentativo fue para reflexionar acerca de la aplicación de la neurociencia, entendida como el estudio del comportamiento del cerebro, en la gerencia, con el fin de comprender la conducta humana relacionada con la gestión organizacional, por lo que es necesario contar con un gerente que lidere los equipos de investigación; un directivo que tenga una serie de

cualidades entre las que se destaca: compromiso con la innovación y apertura a la tecnología, valoración de métodos de medición biométricos, conocimiento del potencial de las emociones, conocimiento del potencial de los estímulos sensoriales, conocimientos de Neurociencia.

Como parte de las conclusiones de este ensayo argumentativo, las organizaciones deben procurar buscar gerentes que gestionen las organizaciones capaces de integrar a los equipos bajo una visión innovadora y transformativa frente a los cambios e incertidumbre de la realidad empresarial, lo que significa mantener en su haber de comportamiento y cualidades esenciales de un compromiso con la innovación sabiendo aplicar las nuevas tecnologías; así como la comprensión del impacto de las emociones en la toma de decisiones, reconociendo el potencial de los estímulos sensoriales en los procesos y actividades empresariales, donde el conocimiento neurocientífico se consolide como

plataforma entendible en la optimización del liderazgo.

Comprendiendo que, en la actualidad, organizaciones de todo tipo y tamaño están incorporando tanto los conocimientos sobre funciones y mecanismos cerebrales como la metodología de investigación de las Neurociencias a sus actividades de gestión, siendo las áreas más beneficiadas la conducción (liderazgo y toma de decisiones), marketing (diseño de estrategias comerciales, planeamiento y gestión de clientes) y gestión del talento (selección de colaboradores, formación y capacitación).

Sin duda, la posibilidad de conocer cómo funciona el cerebro de un individuo en su rol como líder, integrante de un equipo de trabajo, vendedor, cliente o proveedor, por dar algunos ejemplos, no sólo constituye un desafío, es también un enfoque que debe formar parte de la agenda de los ejecutivos de las grandes empresas, y de emprendedores.

Se puede afirmar que el escenario cognoscitivo del gerente en

la comprensión del funcionamiento del cerebro humano, frente a los distintos roles que intervienen en el ámbito empresarial, dado el conjunto de interacciones como líderes integrantes del equipo, vendedores, clientes o proveedores, representa un desafío que debe convertirse en el núcleo medular de la agenda empresarial, dando pasos hacia la flexibilidad e innovación en el desarrollo de los proyectos, mostrando de esta manera, las capacidades cognitivas y creativas en la generación de valor al añadir elementos transformativos al entorno.

La visión de futuro para esta producción escrita pretende ser un indicio para la ampliación de las implicaciones de las emociones en la toma de decisiones gerenciales, comprendida como la neurociencia aplicada a la gerencia, la cual permitirá comprender el uso de las diversas formas en las que el cerebro procesa las emociones y las reacciones a los estímulos, lo cual incide en el liderazgo, en la toma de decisiones y por supuesto en la gerencia, destacando que las emociones son

parte de los procesos innatos cerebrales, de manera que estas fisiológicamente, se hacen presentes como respuesta ante un estímulo consciente o inconscientemente, por lo que su incorporación natural hará más fácil el ejercicio del líder dentro de las organizaciones.

REFERENCIAS

- Alban, M. (2013). **Influencia de las Emociones en la Toma de Decisiones Organizacionales**. UASB. Ecuador.
- Chaverry, R. y Barrantes, P. (2023). **Teorías Cognitivas sobre Toma de Decisiones: entre la Razón, las Emociones y el Contexto social**. ABRA. Vol. 43, (67):1-19.
- Braidot, N. (2005). **Neuromarketing, Neuroeconomía y Negocios**. <https://www.google.co.ve/books/edition/Neuromarketing/LA50zQEACA AJ?hl=es>
- Hernández, R. Fernández., C. y Baptista, P. (2003). **Metodología de la Investigación**. Chile, McGraw- Hill.
- Universidad ISEP (2023). **¿Qué Aporta la Neurociencia al Mundo del Aprendizaje?** <https://www.isep.com/mx/actualidad/neurociencias/que-aporta-la-neurociencia-al-mundo-del-aprendizaje/#:~:text=La%20neurociencia%20es%20el%20conjunto,y%20del%20comportamiento%20del%20cerebro.>
- Valdez, J. y Torrealba, L. (2006). **La Corteza Prefrontal Medial Controla el Alerta Conductual y Vegetativo. Implicancias en Desórdenes de la Conducta**. Rev. Chil. Neuro-Psiquiatría. Vol..44 (.3): 195-204.
- Salovey, P. y Mayer, J. (1990). **Inteligencia Emocional**. México. Editorial Mc. GrawHill
- Silva, J. R. (2019). **Neuroanatomía Funcional de las Emociones**. En E. Labos, A. Slachevsky, P.
- Fuentes, F y Manes, F. (Eds.), (s/f). **Tratado de Neuropsicología Clínica** (pp. 365-373). Akadia.
- Solimar, E. (2020). **Visión 2020**. https://issuu.com/elsyr76/docs/revista_vision_2020_vr1