

La nueva frontera en la comprensión del comportamiento del consumidor

En el Instituto Sistemas Complejos de Ingeniería (ISCI), el investigador Omar Pérez está liderando el avance hacia un nuevo paradigma en la economía: la neuroeconomía. Este campo interdisciplinario, que integra conceptos de economía, psicología y neurociencia, está revelando insights profundos sobre cómo nuestro cerebro influye en las decisiones económicas, desafiando las teorías tradicionales que ven al consumidor como un agente puramente racional. El trabajo que Pérez, y su equipo, han estado desarrollando cómo las técnicas de neuroimagen permiten observar el cerebro en acción durante la toma de decisiones. "Estas investigaciones han identificado áreas cerebrales específicas, como la corteza



prefrontal y el estriado, que se activan al evaluar la utilidad y la satisfacción, componentes cruciales de la teoría económica. La dopamina, conocida como el neurotransmisor del "placer", desempeña un rol fundamental en el sistema de recompensa del cerebro, influenciando las decisiones de compra, de manera que a menudo contradice la lógica económica racional", añade el investigador. Pérez subraya que "las emociones juegan un papel vital en las decisiones de compra. La activación de centros emocionales en el cerebro puede predominar sobre los procesos cognitivos racionales, llevando a decisiones que se alinean más con los sentimientos que con una evaluación objetiva del valor."