

Anexo I. Registro del Título del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: Álvaro Arteaga Taillefer

PROGRAMA: E - 4

GRUPO: 4A

FECHA: 04/06/2025

Director Asignado: Escolá Gascón, Alejandro
Apellidos Nombre

Título provisional del TFG:

Neuroeconomía y toma de decisiones en crowdfunding inmobiliario

ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 2 páginas: objetivo, bibliografía, metodología e índice preliminares)

1. Objetivo general

El presente trabajo tiene como objetivo analizar de qué manera los factores cognitivos (como los sesgos de anclaje o la aversión a la pérdida) y emocionales (como la ansiedad por la incertidumbre o la confianza) influyen en las decisiones de inversión en plataformas digitales de crowdfunding inmobiliario. Se pretende evaluar el peso de estas variables en un entorno de alta incertidumbre, condicionado por el diseño de interfaces y la arquitectura de elección digital.

Objetivos específicos:

- Identificar los sesgos cognitivos predominantes entre inversores inmobiliarios digitales.

- Medir la incidencia de variables emocionales como la ansiedad o la confianza en la propensión a invertir.
- Evaluar cómo la validación social y la presentación visual afectan la toma de decisiones.
- Proponer recomendaciones para un diseño de plataformas más ético, eficaz y centrado en el usuario.

2. Metodología

El estudio adopta un enfoque mixto de carácter exploratorio-explicativo, compuesto por:

a) Cuantitativo:

Encuesta psicométrica estructurada (n = 124) basada en escalas validadas como DOSPERT, para medir tolerancia al riesgo, percepción emocional y sesgos cognitivos. Análisis estadístico con SPSS: regresión lineal múltiple, análisis factorial exploratorio y correlaciones de Pearson.

b) Cualitativo:

Simulación experimental en entorno digital controlado (n = 41) con tres escenarios de inversión que manipulan visualmente variables clave (validación social, rentabilidad, diseño). Se analiza la elección de proyecto y las justificaciones abiertas mediante análisis temático (Braun & Clarke, 2006).

c) Observacional:

Revisión de datos reales de plataformas (Housers, Urbanitae) sobre tasas de éxito, perfiles de proyectos y montos aportados.

3. Bibliografía esencial (selección):

Camerer, C., Loewenstein, G., & Prelec, D. (2005). Neuroeconomics: How neuroscience can inform economics.

Kahneman, D. (2011). Thinking, fast and slow.

Benedetti, R. et al. (2023). Emotional engagement and decision making in real estate crowdfunding.

Tversky, A. & Kahneman, D. (1991). Loss aversion in riskless choice.

Tusche, A. & Hutcherson, C. (2022). Cognitive regulation and digital decision-making.

Valencia, D., Suárez, C., & Navarro, M. (2022). Emotional biases and financial knowledge in digital investment.

4. Índice preliminar

- Introducción
- Marco teórico
 - 2.1 Neuroeconomía: fundamentos
 - 2.2 Economía conductual y sesgos cognitivos
 - 2.3 Plataformas de crowdfunding inmobiliario
 - 2.4 Procesamiento dual y diseño digital
- Metodología
 - 3.1 Diseño mixto

- 3.2 Encuesta y análisis cuantitativo
 - 3.3 Simulación y análisis cualitativo
- Resultados
 - 4.1 Hallazgos cuantitativos
 - 4.2 Hallazgos cualitativos
- Discusión
- Conclusiones y recomendaciones
- Bibliografía
- Anexos

Firma del estudiante:

A handwritten signature in blue ink, consisting of several loops and a horizontal line extending to the right.

Fecha: 04/06/2025