

ECONOMIC DECISION MAKING AND ITS INFLUENCE ON THE ENVIRONMENT

ERIKA
OCHOA ROSAS¹

Resumen

Esta investigación busca dar un panorama que permita visibilizar la importancia de la economía en la toma de decisiones, vista desde su aspecto psicológico, y de cómo una decisión puede ser potencialmente favorable o no en el ambiente ecológico. La metodología fue cuantitativa, se aplicó un instrumento en Google Forms a 50 personas de sexo femenino y masculino entre 22 y 58 años pertenecientes a diversos estados de la República Mexicana, entre los que destacan Puebla, Jalisco, Reynosa, CDMX. El instrumento se aplicó entre febrero y marzo del año en curso, los resultados dan cuenta de cómo los informantes consideran el aspecto económico como una prioridad en la toma de decisiones para cubrir necesidades básicas, como alimentación y gastos por renta, servicios de gas, luz y salud. En las conclusiones se muestran también hallazgos importantes acerca de cómo afecta en la toma de decisiones para temas de educación, economía, inversión y ahorro. Hay que considerar que, en estos momentos, el país está pasando por un momento preocupante y los medios han influido en que las personas consideren educarse financieramente para tomar mejores decisiones que no afecten a su economía personal o familiar. Por último, es relevante mencionar que la economía, la psicología y el medio ambiente se podrían percibir totalmente contrarios, sin embargo, los tres funcionan en un todo. El tema de la economía ambiental, de la cual muy poco se ha documentado, debe promoverse con el fin de concientizar por qué es importante en la toma de decisiones, para el cuidado y protección del medio ambiente.

Palabras clave: economía, toma de decisiones, medio ambiente.

Abstract

This research seeks to provide an overview that allows us to visualize the importance of the economy in decision-making, viewed from its psychological aspect, and how a decision can potentially be favorable or not in the ecological environment. The methodology was quantitative, an instrument was applied in Google Forms to 50 female and male participants between 22 and 58 years old from various states in Mexico, including Puebla, Jalisco, Reynosa, and Mexico City. The instrument was applied between February and March of this year, and the results show how the respondents consider the economic aspect as a priority in decision-making to cover basic needs such as food and expenses for rent, gas, electricity, and health services. The conclusions also show important findings about how it affects decision-making for topics such as education, economy, investment, and savings. It's important to consider that, at the moment, the country is going through a concerning time, and the media has influenced people to consider financial education to make better decisions that do not affect their personal or family economy. Finally, it's important to mention that Economy, Psychology, and the Environment studies, may be perceived as totally contrary, however, all three function as a whole. The topic of environmental economics, which has been poorly documented, should be promoted in order to raise awareness about why it is important in decision-making for the care and protection of the environment.

Key words: economy, decision making, environment.



¹ Universidad de Guadalajara. Posdoctorante. Doctora. Guadalajara, México. E-mail: ochoarosaserika@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7489-4321> Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?hl=es&pli=1&user=49u26HEAAAAJ>



INTRODUCCIÓN²

La manera en que los seres humanos tomamos decisiones, afectan no solo económicamente, sino que también repercuten a nivel global, por ejemplo, en las formas de prevenir, atender y minimizar los problemas ambientales, estas se toman a partir de prioridades como los gastos diarios. Así mismo, afecta, a nivel gubernamental, el presupuesto que se asigna para decidir qué pronóstico implementar en beneficio del medio ambiente, y cuál conviene para su continuidad. Por ello, esta investigación busca dar un panorama que permita visibilizar la importancia de la economía en la toma de decisiones desde un aspecto psicológico y cómo esta decisión puede ser potencialmente favorable o no para la ecología.

DESARROLLO

8

Uno de los fines de la economía es identificar cómo se administran los recursos de cada sociedad, considerando sus aspectos positivos y problemáticas. En el caso del medio ambiente, se detectan problemáticas graves que atender para disminuir, como la escasez que continúa produciéndose por la falta de conciencia ambiental y sus repercusiones. Asimismo, existen otras que apuntan hacia la prevención y hacia el cómo lograr esto desde el inconsciente de las personas (Alonso, 2018).

Desde la teoría económica es posible analizar la toma de decisiones en personas adultas, ya sea hombres o mujeres. Se consideran factores como: nivel socioeconómico, educativo, social y geográfico. Esta investigación busca identificar qué factores influyen en personas adultas que no han tenido conocimiento alguno, o muy superficial, sobre algún

tema de economía. Cómo las personas eligen a partir de la publicidad ambiental que visualizan, cuáles son las interacciones que tienen en su contexto familiar, social y laboral, y cómo desde su inconsciente han ido asimilando valores entre los que es bueno o adecuado, malo e inadecuado, para la protección del medio ambiente. Otro factor de relevancia es la etapa de desarrollo en que se encuentra cada persona. Así, la adultez temprana y tardía se consideran aspectos importantes que repercuten en la toma de decisiones económicas (Izquierdo, 2007).

Existe como prioridad la salud física y el cubrir las necesidades básicas como alimentación, techo y luz. Podemos así considerar todo lo que conlleva la toma de decisiones en el uso de aparatos electrodomésticos, focos ahorradores de energía, elaboración y uso de casas sustentables, alimentos orgánicos, etc. Sin embargo, es verdad que un factor no favorable es el desconocimiento de estas herramientas, la poca información sobre nuevos materiales de construcción que favorezcan la preservación del medio ambiente y, en el caso de los alimentos, cómo depende el lugar donde se obtienen. Por ejemplo, si el súper que envuelve la fruta está más cerca y accesible que el mercado donde pueden obtenerse alimentos sin recubrimiento de plástico.

La poca flexibilidad mental que a menudo tienen los adultos, hace difícil que exista un cambio de ideas, dado que se han hecho de bases sólidas constituidas por la experiencia. Aunado a esto, si provienen de un contexto en el que existía mayor abundancia de recursos, no tienden a creer en el deterioro del medio ambiente o en aceptar propuestas que contribuyan a su mejora. En ocasiones, este cambio es posible a partir de la influencia que hacen amigos y familiares, o bien

² Artículo original y derivado del proyecto de investigación titulado: Economía, psicología y medio ambiente, Jalisco, México.

pueden darse cuenta ellos mismos de la falta de agua en su casa o localidad, por considerar un ejemplo. Es cuando, desde el inconsciente, la percepción de los conocimientos que han adquirido y el entorno social influyen contundentemente en su razón para tomar decisiones económicas, con el fin de prevenir o aminorar los efectos negativos en el medio ambiente (Quintanilla, 2017).

Cuando se habla de economía ambiental, esta se interpreta a partir de la escuela del pensamiento enfocada en lo neoclásico. Algunos conceptos de esta teoría se concentran en el análisis sobre la escasez y abundancia, en las formas y elementos involucrados tanto a nivel personal como social para la toma de decisiones al momento de realizar compras, y sobre todo en cuáles han sido las consecuencias que han provocado las malas elecciones que en específico han afectado al medio ambiente. Así es como, desde el inconsciente, puede cambiarse el rumbo de ciertas decisiones que normalmente, se han hecho en cuestión de compras y que incumben en el impacto del medio ambiente, ya sea de forma negativa o positiva (Munasinghe, 1994).

Pero, ¿qué evalúan los consumidores? Existen varios factores en los que coinciden la economía y la psicología, como la garantía del producto, el precio y la manera en que socialmente los medios masivos visualizan determinados productos, ya sea de forma positiva o negativa el producto, así como los componentes del mismo y hacia qué público va dirigido su mensaje publicitario. Debido a que estos últimos elementos afectan la percepción hacia el cuidado del medio ambiente, las empresas tienen muy claro como hacia quién dirigen las campañas de sus productos (Chaz, 2015).

Tomamos decisiones desde el inconsciente, las cuales consideran a su vez la experiencia, percepción, aspectos sociales y necesidades propias. De esta manera aceptamos o no los productos que impactan al medio ambiente.

Considerando lo anterior, el método utilizado en esta investigación fue cuantitativo. Entre febrero y marzo del año en curso, se aplicó un instrumento en Google Forms a 50 personas de sexo femenino y masculino entre 22 y 58 años, pertenecientes a distintos estados de la República Mexicana, entre los que destacan, Puebla, Jalisco, Reynosa, CDMX. A continuación, se presentan los resultados obtenidos.

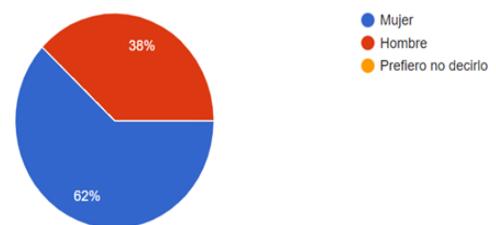
RESULTADOS

Con respecto a la variable de género, el 62% de los consultados fue conformado por el género femenino, mientras que el 38% por el género masculino. En lo que respecta a los informantes, en la figura 1 se observa el predominio del sexo femenino.

Figura 1

Sexo

50 respuestas



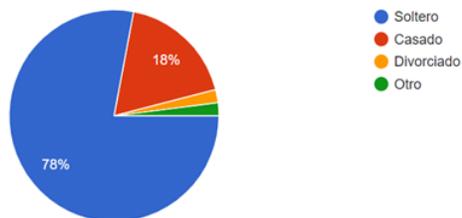
Fuente: elaboración propia.

Con respecto a la variable de estado civil, el 78% de los informantes eran solteros, el 18% casados, el 2% divorciados y 2% respondió la opción indicada como Otros. Por lo tanto, esta característica personal de las personas que participaron en esta investigación, en su mayoría solteros, afecta su toma de decisiones y responsabilidades con respecto a quienes se encuentran en otra situación. Representa así un factor importante en la percepción para la toma de decisiones económicas que impactan en el medio ambiente.

Figura 2

Estado civil

50 respuestas



Fuente: elaboración propia.

Tanto los informantes que pertenecen a una nómina como quienes reciben sus ingresos por medio de otra alternativa, lo primero que consideran para su toma de decisiones al recibir sus ingresos es cubrir necesidades básicas, alimentación y gastos generales, renta, despensa, servicios de gas, luz y salud. Posteriormente, destinan una porción para la diversión y el pago de deudas a personas o instituciones bancarias, más no enfatizan si hay una consciencia, por ejemplo, en que para realizar una compra, piensan o reflexionan en su envoltura, daña el medio ambiente, si utilizan material reciclable, si es sustentable, si no están más basados en el precio y cubrir la necesidad.

CONCLUSIONES

Como resultado de un proceso de funciones psicológicas y psíquicas formuladas desde el inconsciente, el ser humano planea. Asimismo, la interacción social también influye de manera importante en la toma de decisiones económicas, es decir, al momento de adquirir o no un producto o servicio, afecta ya sea de manera favorable o no conforme a sus consecuencias al medio ambiente (Rodríguez, 2003).

Un hallazgo relevante fue la prioridad que los informantes dan en la toma de decisiones para invertir en educación y, sobre todo, es importante señalar el interés que hay en la inversión hecha para aprender en temas de economía, inversión y ahorro. Si consideramos el momento que actualmente el país está atravesando debido a la preocupante inflación, esto es comprensible. Pero, además, hay una influencia fuerte hecha por los medios de comunicación, los cuales han persuadido en que las personas consideren educarse financieramente y así tomar mejores decisiones que no afecten a su economía personal o familiar.

Otro de los hallazgos es el minimalismo como una forma de vida que los informantes mencionan haber insertado poco a poco en sus decisiones cotidianas. Este término es planteado por Katherine Hernández, Ruby Mendoza y Andrea Gandur (2021) como un estilo de vida que propone tener solamente cosas y elementos necesarios, sin excesos. Se aplica no solamente a nivel material, sino también en aspectos fundamentales para la formación de la propia vida. Por tanto, también motiva al interés por el cuidado del medio ambiente.

Por último, es importante mencionar que, si bien la economía, la psicología y el medio ambiente

se han visto tradicionalmente de manera contraria, pero los tres funcionan en un todo. A lo largo de esta investigación podemos observar cómo distintos procesos internos e individuales que derivan del inconsciente, intervienen en su interacción con el entorno social. A pesar de que todo lo hacemos en torno a cuestiones económicas, los conocimientos sobre ella continúan siendo pocos o nulos para muchas personas. Debido a esto, es importante fomentar el conocimiento del tema de la economía ambiental, para así concientizar desde los procesos mentales hacia una buena toma de decisiones, tanto para el cuidado y protección del medio ambiente como para la economía.

REFERENCIAS

- Alonso, S. (2018). Herramientas económicas para la toma de decisiones empresariales desde la asignatura de Economía Empresarial. *Revista Multi – Ensayos*, 4(7), 10-14. <https://multiensayos.unan.edu.ni/index.php/multiensayos/article/view/245/251>
- Baldi, G. y García, E. (2006). Una aproximación a la psicología ambiental. *Fundamentos en Humanidades*, 7(13-14), 157-168. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18400708>
- Bech, L. (2020). *7 hábitos minimalistas que pueden cambiarte la vida*. <https://www.hola.com/estarbien/20200420166043/habitos-minimalistascambiar-vida-lb/>
- Calderón, M., Ríos, M. y Ceccarini, F. (2008). *Economía de la Educación*. Universidad Nacional de Cuyo. https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/2420/economiadelaeducacion.pdf
- Chaz, M. (2015). *Garantías: Problemas de Información y Errores de Percepción. La Visión Tradicional y el Aporte de la Economía Conductual* [Tesis Doctoral en Economía]. Universidad Nacional del Sur. <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/2357>
- Hernández, K., Mendoza, R. y Gandur, A. (2021). El minimalismo, un estilo de vida. *Convicciones*, 7(14), 19-22. <https://www.fesc.edu.co/Revistas/OJS/index.php/convicciones/article/view/651/602>
- Hernández, S. (08 de julio 2021). El rol de los datos en la toma de decisiones. *El economista*. [Periódico online]. <https://www.economista.com.mx/finanzaspersonales/La-importancia-de-considerar-datos-y-hechos-para-tomar-decisiones-economicas-y-financieras-20180918-0139.html>
- Izquierdo, Á. (2007). Psicología del desarrollo de la edad adulta: teorías y contextos. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 1(2), 67-86. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349832315005>

- Munasinghe, M. (1994). Aspectos ambientales y decisiones económicas en los países de desarrollo. *Revista World Development*, 21(11), 1729-1748. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/30240/S9440422_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quintanilla, I. (2017). Daniel Kahneman y la Psicología Económica. *Anuari de psicologia de la Societat Valenciana de Psicologia*, 18(2), 197-215. [10.7203/anuari.psicologia.18.2.197](https://doi.org/10.7203/anuari.psicologia.18.2.197)
- Rodríguez, W. (2003). Interacción Social y Mediación Semiótica: Herramientas para Reconceptualizar la Relación Desarrollo-Aprendizaje. *Educere*, 6(20), 369-379. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35662003>
- Roth, E. (2000). Psicología ambiental: interfase entre conducta y naturaleza. *Rev Cien Cult.*, 8. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-33232000000200007