

ECONOMIC PSYCHOLOGY AND THE ROLE OF ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

AMANDA
DE JESÚS VILLALOBOS¹

Resumen

En este artículo se pretende resaltar la integración de la psicología económica con el papel de la sostenibilidad ambiental, ambas disciplinas son fundamentales para abordar los desafíos actuales en la toma de decisiones económicas y la promoción de prácticas ambientales sostenibles. La psicología económica surge alrededor del inicio del siglo XIX y hacia a finales de 1960 se incorporan dentro de los discursos políticos, debido a las preocupaciones sobre el agotamiento de los recursos naturales, sobre todo, porque hoy sabemos que las buenas prácticas en pro del medio ambiente ejercen cada vez más peso en el crecimiento económico de cualquier país o región al aumentar la conciencia, fomentar normas sociales favorables y buscar un equilibrio en la preservación del medio ambiente.

Este análisis ofrece un bosquejo en las conceptualizaciones de ambas variables y, a la par, brinda un listado de prácticas específicas para llevar a cabo la integración de la psicología económica y el papel de la sostenibilidad ambiental, mismas que subrayan la importancia de reevaluar las decisiones económicas actuales, considerando las consecuencias que conllevan a corto y largo plazo no hacerlo. Los resultados invitan a la reflexión sobre el comportamiento psicológico actual y los cambios de paradigmas que debemos lograr como sociedad en conjunto con el gobierno, a fin de preservar nuestro medio ambiente y, por ende, el equilibrio en nuestro planeta.

Palabras clave: medio ambiente natural, comportamiento económico, desarrollo sostenible.

Abstract

In this article, it's intended to highlight the integration of economic psychology with the role of environmental sustainability, both essential to address current challenges in economic decision-making and the promotion of sustainable environmental practices. Economic psychology emerged around the beginning of the 19th century, while, for its part, towards the end of the 1960s, concerns about the depletion of natural resources were incorporated into political discourse, so today we know that good practices in favor to the environment are increasingly exerting greater weight in the economic growth of any Country or Region by raising awareness, fostering favorable social norms and seeking a balance in its preservation.

The analysis offers an outline of the conceptualizations of both variables and, at the same time, provides a list of specific practices to carry out the integration of economic psychology and the role of environmental sustainability, which underline the importance of reassessing current economic decisions considering the consequences that entail in the short and long term. The results invite reflection on current psychological behavior and paradigm changes that we must achieve as a society together with the government, to preserve our environment and therefore, the balance on our planet.

Key words: Natural environment, Economic psychology, Sustainable development.



¹ Universidad de Guadalajara. Doctorante. Maestra. Guadalajara, México. E-mail: amanda.villalobos7702@alumnos.udg.mx ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-8393-5803> Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=awGd2tsAAAAJ&hl=es>



INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la preocupación por el medio ambiente y su sostenibilidad ha adquirido una relevancia sin precedentes, ya que, es una variable que influye de forma importante en el crecimiento económico. En este sentido, la psicología económica cuyo estudio se centra en todos aquellos factores que, de una u otra forma, pueden llegar a incidir en la decisión de compra de una persona, considerando percepción, motivación, asignación de recursos y hasta aquellos de responsabilidad social, empresarial y ecológica como el reciclaje (Heredia-Gamboa et al., 2022). Esta disciplina se presenta como un campo de estudio que busca comprender cómo las personas toman decisiones económicas y cómo estos procesos cognitivos y emocionales influyen en el comportamiento del crecimiento económico de un país. En este contexto, es crucial explorar cómo se pueden promover prácticas más sostenibles desde una perspectiva psicológica.

La psicología económica se basa en la premisa de que los individuos no siempre toman decisiones económicas de manera racional y maximizadora de beneficios, más bien, se ven influenciados por una serie de factores psicológicos, como las emociones, los sesgos del conocimiento y las normas sociales. Por su parte, Norton (1992, citado en Naredo, 1999), refiere que existe un tipo de sostenibilidad “fuerte”. Y en las propuestas enmarcadas bajo este término encontramos la sustentabilidad ecológica basada en una racionalidad ambiental (Leff, 2000), misma que conlleva nuevos principios éticos como los de equidad y justicia social, valores culturales como la sostenibilidad y potenciales productivos como la producción limpia, que parten de la diversidad

cultural del género humano (Latouche, 2007; Leff, 2000). Los autores que se enmarcan bajo la corriente “fuerte” comprenden que la idea de sostenibilidad demanda la ampliación y reformulación de la idea estándar de sistema económico y reconocen que el capital natural, en su mayoría, no es sustituible por el fabricado por el hombre (Naredo, 1999). Así, la sostenibilidad ambiental se centra en encontrar un equilibrio entre el desarrollo económico y la preservación del medio ambiente, garantizando que las necesidades de la presente generación sean satisfechas sin comprometer las de las generaciones futuras.

En esta investigación, se examinó la estrecha relación entre la psicología económica y el papel de la sostenibilidad ambiental, lo que permitió el análisis de algunos conceptos, teorías y hallazgos relevantes en este campo de estudio. El objetivo es profundizar en la comprensión de cómo la psicología económica puede contribuir a promover la adopción de prácticas económicas más sostenibles y conscientes al respecto del medio ambiente.

DESARROLLO

La psicología económica tiene su origen según (Cruz, 2010) en un proceso evolutivo complejo, surgido a finales del siglo XVIII y principios del siglo XIX, con la comprensión de algunos estudiosos de que es imposible separar el enfoque económico de la percepción psicológica que la rodea. En los primeros momentos de esta disciplina, se hizo presente la escuela austriaca, la cual introdujo términos específicos como el marginalismo, que analizaba fenómenos concretos de la conducta económica. Gabriel Tarde fue uno de los iniciadores

más grandes que han existido en el término de psicología económica, y el primero en publicar temas científicos relacionados, por ejemplo, entre 1841 y 1931 crea leyes como: la ley de invención, en donde argumentó que las invenciones surgen de la combinación y recombinación de ideas existentes en la sociedad, ya que según él, la invención es un proceso creativo que implica la combinación de elementos sociales y culturales preexistentes para producir algo nuevo. En su ley de oposición sugiere que las personas y grupos poderosos tienden a oponerse a los cambios que podrían amenazar su posición de poder. Y en su ley de imitación Trade consideraba que la imitación era un proceso fundamental en la sociedad, mediante el cual las personas adoptan comportamientos, ideas y modas de otras, por lo que lo consideró un mecanismo social que permite la difusión de innovaciones. Por lo que todas sus leyes están direccionadas a la interacción social.

Posteriormente, George Katona abordó aspectos más detallados como el estudio de las actitudes y expectativas, la medición de la confianza del consumidor, el análisis del consumo y el ahorro, así como el estudio de la psicología del endeudamiento, con lo que permitió que la psicología económica se convirtiera en una disciplina científica reconocida (Cruz, 2010). Este autor sugiere que el objetivo de la psicología económica es analizar la conducta económica y menciona que cualquier conclusión debe basarse en hechos reales, considerando que la metodología debe tener un control, considerando que los métodos numéricos y las matemáticas no siempre pueden explicar un fenómeno, así refirió la inflación en Alemania Nazi cuyo crecimiento

era exponencial, y no podía ser explicado a través de una fórmula, sin embargo, la percepción por juicios de valor y expresa deben ser descartados, puesto que, todo debe estar enmarcado por hechos (Kunreuther, 1978).

Por su parte, Carl Menger sentó las bases para un enfoque más científico en el estudio de los fenómenos económicos al reconocer la importancia de las percepciones y decisiones individuales y al destacar la subjetividad de los valores y la utilidad, anclándola con la actividad de introspección. Posterior a eso, Von Weiser, Walras y Jevons, establecen la ideología conocida como la teoría subjetiva de valor, argumentando que el valor de un bien o servicio se deriva de su utilidad marginal, así, el concepto marginal o de marginalidad se refiere a la cantidad de satisfacción por una última cantidad consumida (Mises, 2007). En estas instancias se puede indicar que a través del comportamiento humano se puede producir dolor o placer (Kirchler, 2007). Jevons, indica que un bien puede psicológicamente satisfacer a una persona, y Gossen complementa indicando que cada bien tiene un valor subjetivo medido por la percepción, lo cual indica que mientras más hay de un bien, la satisfacción irá decreciendo, explicitando la relación entre existencia e ineficacia (Richins, 1994).

Así, para integrar la psicología económica con el papel de la sostenibilidad ambiental, debemos comprender la influencia de las decisiones económicas desde los procesos cognitivos, emocionales y sociales a fin de lograr prácticas más sostenibles, para con ello explorar las barreras y los impulsores psicológicos que afectan la adopción de dichas prácticas y comportamientos, ya que por ejemplo no podemos enfocarnos en un modo

de vida más respetuoso con el medio ambiente mientras se defiende la idea de continuar el aumento en la producción, porque los logros que se alcancen en temas de reducción de recursos en cada unidad producida, serán compensados con un aumento de las mismas, generando que la escala de impacto sobre el ambiente se mantenga o se aumente. Así pues, aunque hemos aumentado la productividad de los recursos naturales, dicho avance es insuficiente para reducir el impacto sobre la Tierra (Latouche, 2007).

Hoy, debido a la tendencia de las personas a dar más peso a las recompensas y costos inmediatos en lugar de considerar las consecuencias a largo plazo, se genera una barrera importante en la toma de decisiones económicas sostenibles que provocan un sesgo capaz de llevar a decisiones económicas que maximizan los beneficios a corto plazo y daños a largo plazo, por ejemplo, una empresa puede optar por utilizar prácticas de producción que generan ganancias rápidas, pero si ignoran los costos ambientales, a largo plazo, afectarán irreversiblemente el medio ambiente.

El término de *psicología económica* también ha demostrado la influencia de las normas sociales en las decisiones económicas mediante los diversos experimentos de economía del comportamiento, estudios sobre las preferencias sociales e investigaciones sobre efectos contextuales. Las personas tienden a comportarse de acuerdo con lo que perciben como socialmente aceptable y deseable y esto significa que, si la sostenibilidad ambiental se considera una norma socialmente valorada, es más probable que las personas tomen decisiones económicas que sean consistentes con la preservación del medio ambiente. Por eso, es crucial

aumentar la conciencia sobre las implicaciones a largo plazo de las decisiones económicas y destacar los beneficios económicos que tienen las buenas prácticas sostenibles del comportamiento humano, así como promover normas sociales que apoyen la sostenibilidad ambiental a fin de que se tenga un impacto significativo en las decisiones económicas individuales y colectivas. Por lo tanto, si deseamos integrar la psicología económica y la sostenibilidad ambiental, es necesario implementar estrategias concretas, por ejemplo, el diseño de elección y la arquitectura de la decisión, enfoque que reconoce que nuestras decisiones están influenciadas por el contexto en el que se presentan las opciones y en cómo se presentan, mismo que es utilizado para influir en las decisiones de las personas, facilitando la adopción de comportamientos sostenibles.

Estudios tales como la investigación sobre el comportamiento del consumidor, demuestran mediante opiniones y experiencias de otros consumidores, como las reseñas en línea, que las normas sociales y culturales del entorno influyen en la economía y las percepciones de otras personas, afectando nuestras decisiones económicas, es decir, el comportamiento de compra puede estar influenciado por la presión social o por la búsqueda de estatus, o bien, en la inversión o el consumo, se pueden considerar las creencias y actitudes hacia el dinero y la riqueza. Así que, si se proporcionan opciones sostenibles más visibles, atractivas, y se establecen predeterminaciones que favorezcan automáticamente las opciones sostenibles, lograremos influir en las decisiones económicas de manera positiva.

Otro aspecto importante a considerar, es el papel de las emociones en la toma de decisiones económicas sostenibles. La investigación ha

demostrado mediante estudios como los de Fredrickson y Kahneman (1993), en donde los participantes experimentaron emociones positivas y negativas mediante la visualización de películas emocionales, para posteriormente presentarles decisiones económicas relacionadas con el riesgo, y en donde los resultados mostraron que aquellos que experimentaron emociones positivas fueron más propensos a asumir riesgos, por lo tanto, las emociones positivas, como la satisfacción y la gratitud, están asociadas con una mayor disposición a tomar decisiones económicas que promuevan la sostenibilidad ambiental. Por el contrario, las emociones negativas, como el miedo y la ansiedad, pueden llevar a decisiones impulsivas y poco sostenibles. Por lo tanto, es fundamental fomentar emociones positivas con la sostenibilidad ambiental.

Comprender los factores psicológicos que influyen en las decisiones económicas y utilizar ese conocimiento para diseñar intervenciones efectivas puede tener un impacto significativo en la promoción de la sostenibilidad ambiental, de ahí la importancia de integrar la psicología económica y la sostenibilidad ambiental para abordar los desafíos actuales en la toma de decisiones económicas.

El término “sostenibilidad” aparece en el informe Brundtland elaborado para la ONU por distintas naciones, así la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (1987) definió la sostenibilidad como lo que permite satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la habilidad de las futuras generaciones de satisfacer sus necesidades propias. Mismo que señala que no existe avance posible si no es en concordancia y equilibrio con el medio ambiente. Por su parte Muiner (2005) comenta que la sostenibilidad

se refiere a la característica del desarrollo que comprende la satisfacción de las necesidades de las generaciones actuales, sin comprometer la capacidad de la satisfacción de las necesidades de las generaciones futuras. Debemos tomar en cuenta que la búsqueda de la sostenibilidad conlleva factores económicos, políticos, sociales y culturales. Cualquier desarrollo sostenible implica cambios, sin embargo, los recursos naturales no pueden ser sustituidos por capital elaborado por el hombre, porque, al agotarlos, producen pérdidas irreversibles de bienestar social.

La sostenibilidad ambiental se refiere al enfoque de conservación y gestión responsable de los recursos naturales y ecosistemas, con el objetivo de garantizar su disponibilidad a largo plazo y mantener un equilibrio entre las necesidades humanas y la preservación del medio ambiente. Debemos tomar en cuenta que la búsqueda de la sostenibilidad conlleva factores económicos, políticos, sociales y culturales. Cualquier desarrollo sostenible implica cambios, sin embargo, los recursos naturales no pueden ser sustituidos por capital elaborado por el hombre, porque, al agotarlos, producen pérdidas irreversibles de bienestar social.

Para llevar a cabo la integración de la psicología económica y el papel de la sostenibilidad ambiental es necesario dejar en claro la forma en que gradualmente impulsan el crecimiento económico, según Romer (2019), este se define como el aumento sostenido y a largo plazo en la producción de bienes y servicios en una economía. Esto se refiere al incremento en la capacidad de una sociedad para producir bienes y servicios durante un período de tiempo determinado. Por

su parte, Olson (1996) comprobó empíricamente que, al menos cuatro factores claros determinan el crecimiento y el ahorro interno: 1) La calidad del gobierno, 2) La capacidad política económica para generar incentivos de la inversión, 3) La actividad económica, y 4) La competencia fomentada por la regulación y los derechos de propiedad con reglas bastante claras.

Dentro de cada uno de estos factores podría estar influyendo la sostenibilidad del medio ambiente, razón por la que es importante abordar las barreras cognitivas, además de las emocionales y sociales que pueden obstaculizar la adopción de prácticas económicas sostenibles. A continuación, se enlistan algunas de ellas:

a) Educación y conciencia: es fundamental proporcionar educación sobre los conceptos y las implicaciones de la sostenibilidad ambiental, así como los sesgos cognitivos y las influencias psicológicas en la toma de decisiones económicas. Desde la investigación psicológica hemos visto la existencia de limitaciones cognitivas que contradicen muchas predicciones del modelo convencional de la “elección racional”, el cuál asume que los individuos tienen información completa y perfecta sobre las opciones y sus consecuencias, y que son capaces de evaluar y comparar de manera precisa las distintas alternativas. (Tevrsky y Kahneman, 1974. Thaler, 1980. Tevrsky y Kahneman, 1981. Thaler, 1985. Gilovich, 1991). Por ello, en la psicología de la percepción, se ha comprobado que el cambio poco perceptible de un estímulo es proporcional a su nivel perceptivo inicial, o la regla heurística (reglas

prácticas que nacen de nuestras experiencias al valorizar los factores de decisiones), razón por la cual los individuos estiman la probabilidad de que un producto pertenezca a una gama específica en cuanto a calidad, marca o en función de lo representativo que sea, o bien, la influencia que la asignación inicial de recursos y el contexto social ejercen sobre nuestras decisiones económicas. Por ello, al aumentar la conciencia de temas del medio ambiente se pueden fomentar actitudes y comportamiento más sostenibles.

b) Comunicación efectiva: Es necesario utilizar estrategias de comunicación que resuenen con las personas y los gobiernos corporativos, y les brinden información clara y relevante sobre la importancia de la sostenibilidad ambiental. Como León (2005) lo plantea, es necesario un abordaje del tema a través de intervenciones e investigaciones que involucren los niveles educativos para que incluyan conceptos claros y enseñanzas en pro del medio ambiente y la educación ambiental. Resaltando así los beneficios económicos a largo plazo de las prácticas sostenibles y utilizando mensajes emocionalmente atractivos para motivar al cambio.

c) Diseño de elección y arquitectura de la decisión: Es un enfoque que busca influir en las decisiones de las personas al estructurar el contexto en que deben decidir, es decir, la forma en que se estructuran y presentan las opciones y estrategias en torno a la influencia en el comportamiento de las personas. (Lofland, 1973, citado en

Aragonés, 1998) comenta al respecto de la indiferencia entre los ciudadanos ante su comunidad y las tomas de decisiones que elige, y piensa que se explica por el hecho de que nos encontramos constantemente con gente desconocida y hemos aprendido a tener relaciones superficiales en las que se busca nuestro beneficio, razón por la que no se toma conciencia de la sostenibilidad ambiental. Así que, al diseñar contextos y opciones, se pueden utilizar enfoques que faciliten la adopción de comportamientos sostenibles. Ya que, la implementación de políticas basadas en evidencia parte del supuesto de que la evidencia sólida constituye una condición indispensable para la elaboración de políticas públicas y según Davies (2012), la aplicación de evidencia rigurosa permitiría diseñar políticas y programas más efectivos y eficientes. Por ello, un ejemplo, sería implementar sistemas de “empujón” (*nudges*) que hagan que las opciones sostenibles sean más visibles y atractivas. Los *nudges* son un instrumento de políticas públicas de bajo costo que pueden ser medibles para identificar mejoras en su diseño y ejecución (Costas, 2020).

d) Incentivos y recompensas: Los incentivos económicos, y no económicos, pueden desempeñar un papel importante en la promoción de comportamientos sostenibles. Por ejemplo, ofrecer incentivos económicos como reducciones de impuestos o subsidios a las empresas, puede estimularlas a adoptar prácticas más sostenibles. En 2014, el gobierno del Estado de México, preocupado

por el medio ambiente, implementó el Programa Nacional de Auditoría Ambiental (PNAA), por medio de la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) y en colaboración con la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), que consiste en una serie de actividades tendientes a fomentar la realización de auditorías ambientales, aunque el ingreso al programa es de carácter voluntario, la finalidad no solo es garantizar el cumplimiento efectivo, sino también incrementar la eficiencia de los procesos productivos, el desempeño a nivel medio ambiente y la competitividad, así como el beneficio que las empresas obtienen al contar con una certificación de Industria Limpia, Calidad ambiental turística o Calidad ambiental (SERMARNAT, 2014). Así, al reconocer y recompensar públicamente a aquellos que adopten prácticas sostenibles se pueden fortalecer normas sociales positivas.

e) Participación y colaboración: la participación de los actores relevantes, como empresas, organizaciones gubernamentales y la sociedad civil, es esencial para fomentar la integración de la sostenibilidad ambiental en las decisiones económicas. La colaboración entre los diferentes agentes (gobierno, empresas y ciudadanos) puede generar soluciones innovadoras y promover cambios sistémicos hacia prácticas más sostenibles. Hoy, la sociedad demanda que las empresas adopten una actitud proactiva dentro del marco de la llamada economía verde. Según Bowen (2013) se estima que, en las

empresas, la responsabilidad de asumir su rol en la relación tripartita empresa, sociedad y gobierno, es un tema sustancial para lograr una responsabilidad social completa.

- f) Investigación y desarrollo: la investigación continua en el campo de la psicología económica y los aportes que realice la sostenibilidad ambiental son fundamentales para comprender mejor los factores psicológicos que influyen en las decisiones económicas sostenibles y, de esta manera, desarrollar intervenciones efectivas. Los beneficios que obtienen las empresas al incluir la implementación de una buena gestión ambiental no solo son económicos al reducir sus costos a nivel de unidades producidas, sino que también son la innovación y optimización de sus procesos productivos, teniendo la oportunidad de incursionar en nuevos mercados nacionales e internacionales, en atención a las necesidades que los nuevos consumidores concientizados de la necesidad de cambiar en pro del medio ambiente exigen. De manera que, la colaboración entre investigadores, profesionales y responsables de la formulación de políticas puede contribuir a la generación de conocimientos y la implementación de prácticas basadas en la evidencia.

Con las anteriores prácticas, podemos afirmar que la psicología económica y el papel de la sostenibilidad ambiental tienen una interconexión, en la medida en que el entorno físico y social influye en las decisiones y comportamientos económicos, dado que la sostenibilidad ambiental se refiere a la

capacidad de utilizar los recursos naturales de manera equitativa y responsable garantizando la protección del medio ambiente a largo plazo, entonces las personas pueden influir en las decisiones económicas relacionadas con la sostenibilidad mediante la conciencia de los impactos ambientales de las actividades económicas, impulsando la innovación y el emprendimiento sostenible. Sin embargo, es importante tener en cuenta, según lo señalado por Gifford y Nilsson (2014), quienes mencionan que, la ejecución de un comportamiento particular está determinada por una multiplicidad de factores individuales, y las actitudes ambientales forman parte de ese conjunto de factores que, influirán en el comportamiento proambiental, actitudes tales como la preocupación y conciencia ambiental, así como la responsabilidad personal, generarán comportamientos proambientales y de consumo sostenible, así como la participación y el activismo permitirán involucrar al individuo en actividades y acciones colectivas para promover la sostenibilidad ambiental. Estos autores, enfatizan la necesidad de enmarcar el estudio de las actitudes ambientales dentro de un modelo conceptual más amplio, que abarque la diversidad de factores que influyen en el comportamiento, a fin de obtener una mayor comprensión de cómo se genera y cómo se puede influir en el comportamiento relacionado con el cuidado del medio ambiente.

En general, con base a los numerosos estudios de diferentes disciplinas como la economía, la psicología económica y la economía conductual, puede dilucidarse que, estos estudios como la economía experimental que utiliza experimentos controlados en entornos de laboratorio para estudiar el comportamiento económico de las personas, o

bien, los estudios de la economía conductual que se centran en cómo los factores psicológicos y contextuales influyen en las decisiones económicas, así como diversas investigaciones en campo que se han realizado en entornos reales para analizar y evaluar políticas públicas, nos sirven para comprender cómo los entornos afectan el comportamiento económico, haciendo posible tomar decisiones más informadas y diseñar políticas y estrategias que promuevan la eficiencia y bienestar económico desde la sostenibilidad, por lo que, el conocimiento en la economía puede conducir los comportamientos psicológicos del individuo y de las empresas con gobiernos corporativos éticos a un enfoque más holístico y humano de la toma de decisiones económicas.

RESULTADOS

El resultado obtenido con esta investigación sobre la psicología económica ha evidenciado que ésta proporciona un marco teórico sólido para comprender cómo los procesos cognitivos, emocionales y sociales influyen en las decisiones económicas de las personas y organizaciones. Así como también el papel de la sostenibilidad ambiental, es decir, esa capacidad de utilizar los recursos naturales de forma responsable. Se ha explorado la relación entre estos dos campos de estudio y su importancia para abordar los desafíos actuales en la toma de decisiones económicas. Ya que la relación entre la sostenibilidad ambiental y el aspecto psicológico de la economía radia en cómo las actitudes, percepciones y comportamientos de las personas influyen en sus decisiones económicas relacionadas con la sostenibilidad. Las desviaciones

o distorsiones en la toma de decisiones, que puedan afectar la objetividad y la precisión de los juicios y acciones tanto en el presente como a raíz de un desconocimiento pueden llevar a decisiones económicas, tales como decidir qué bienes y servicios comprar, cómo invertir o gastar el dinero, qué tipo de empleo aceptar, qué tipo de producto elaborar, cómo asignar recursos en una empresa o cómo formular políticas económicas a nivel gubernamental, mismas que podrían no tener en cuenta los costos ambientales a largo plazo para nuestro planeta, afectando con ello el futuro del mismo. Sin embargo, al aumentar la conciencia sobre las implicaciones a largo plazo y resaltar los beneficios económicos de las prácticas sostenibles, es posible promover comportamientos económicos más responsables y conscientes del medio ambiente.

Además, se ha destacado la importancia de las normas sociales en la adopción de las prácticas sostenibles, puesto que, al promover normas sociales que respalden la sostenibilidad ambiental se puede influir en las decisiones económicas que tomamos como individuos racionales, fomentando comportamientos que prioricen la preservación del medio ambiente. Pero, no olvidemos que esto implica un cambio cultural y una mayor conciencia colectiva sobre la importancia de la sostenibilidad en nuestras decisiones económicas. Otro aspecto relevante es el papel de las emociones en la toma de decisiones económicas sostenibles. Se ha demostrado que las emociones positivas, como la satisfacción y la gratitud, están asociadas con una mayor disposición a adoptar prácticas económicas que promuevan la sostenibilidad ambiental.

En términos de implementación práctica, se han identificado varias estrategias para integrar la psicología económica y la sostenibilidad ambiental. Estas incluyen:

- El diseño de elección y la arquitectura de la decisión, en donde la visibilidad y accesibilidad de las opciones sostenibles, así como las predeterminaciones que favorecen dichas opciones, pueden generar un impacto significativo en la adopción de comportamientos responsables.
- El uso de incentivos y recompensas, son herramientas efectivas para fomentar comportamientos sostenibles, ya que, al ofrecer incentivos económicos, como reducciones de impuestos o subsidios, se puede estimular a las empresas y a los individuos a adoptar prácticas económicas sostenibles.
- La comunicación efectiva, así como la participación de los actores relevantes tales como sociedad, empresas y gobiernos, desempeña un papel fundamental en la

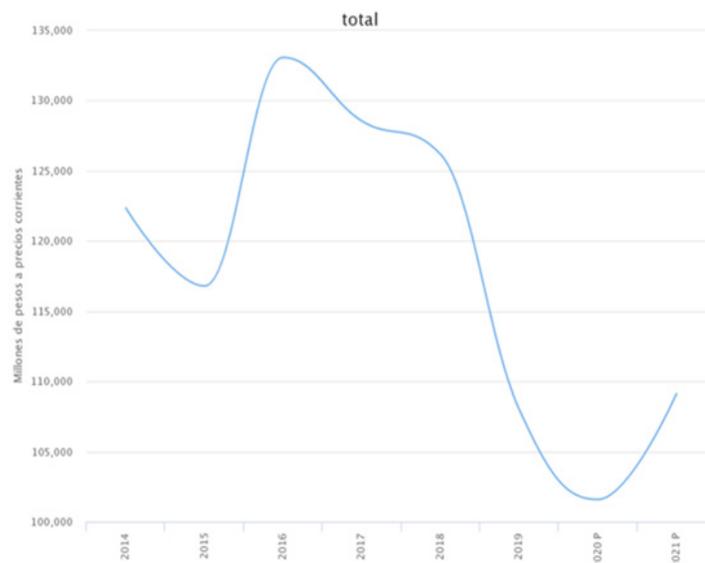
integración de la psicología económica y la sostenibilidad ambiental, porque al utilizar mensajes claros, relevantes y emocionalmente atractivos puede influir en las actitudes y comportamientos, motivando a los diferentes actores para que tomen mejores decisiones en pro del medio ambiente.

Así, la conciencia sobre las implicaciones a largo plazo, la promoción de normas sociales favorables a la sostenibilidad y la estimulación de emociones positivas son factores clave para fomentar comportamientos económicos sostenibles y con ello el crecimiento económico consciente del medio ambiente.

Sin embargo, debemos prestar una fuerte atención, ya que, si bien SEMARNAT en 2014 estableció un control para impulsar la protección del medio ambiente, en la actualidad, la inversión del gasto público en México según datos al 2021 presentados por el INEGI, dirigida a llevar a cabo dicho control es de \$109,115 millones de pesos en precios corrientes, tal como se indica en la Figura 1.

Figura 1

Inversión del Gasto Público de 2014 a 2021 en Pro del Medio Ambiente

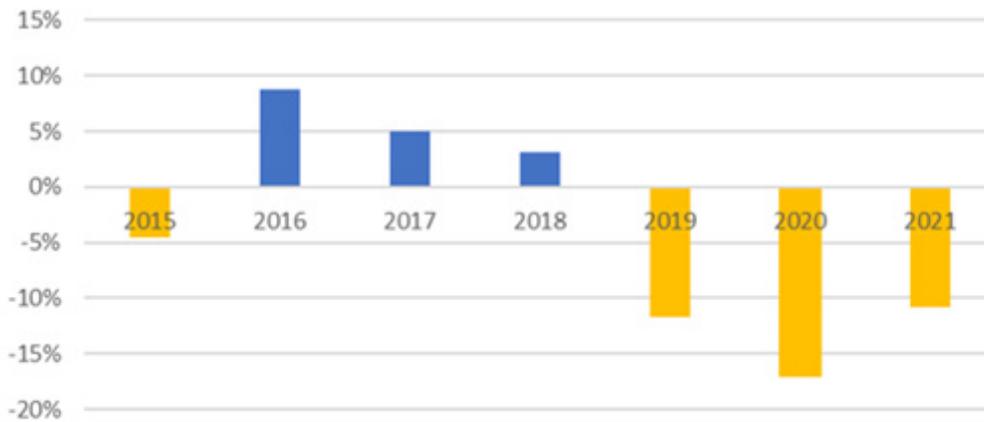


Nota: La figura muestra el comportamiento de las Inversiones del Gasto Público Reportadas en los años de 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021.

Fuente: INEGI (2023).

Figura 2

Disminución del Gasto Público en Pro del Medio Ambiente



Nota: La figura muestra el valor de la inversión del Gasto Público disminuido en un 10.8% en los años reportados de 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021.

Fuente: Elaboración propia, con base en el INEGI. Sistemas de Consulta. Gasto en Protección Ambiental del Sector Público (2023).

En la Figura 2 se muestra el comportamiento de dicha disminución del valor de la inversión del Gasto Público en un 10.8% en los años reportados de 2015 a 2021.

En resumen, los resultados de este artículo resaltan la importancia de integrar la psicología económica y la sostenibilidad ambiental para promover comportamientos económicos sostenibles. El conocimiento de los sesgos, las normas sociales, las emociones y las estrategias de intervención puede ser utilizado para diseñar intervenciones efectivas que fomenten la adopción de prácticas más sostenibles. Al implementar estas estrategias, se puede lograr un equilibrio entre el crecimiento económico y la preservación del medio ambiente, promoviendo así un futuro sostenible para las generaciones presentes y futuras.

CONCLUSIONES

En conclusión, la psicología económica y el papel de la sostenibilidad ambiental son fundamentales para abordar los desafíos actuales en la toma de decisiones económicas y promover prácticas más sostenibles. A lo largo de esta investigación, se ha destacado la importancia de conocer cómo los procesos cognitivos, emocionales y sociales influyen en las decisiones económicas y cómo se pueden utilizar estos conocimientos para fomentar comportamientos económicos responsables.

La psicología económica ha demostrado mediante diversos estudios sobre las preferencias sociales que las decisiones económicas no siempre son racionales y maximizadoras de beneficios, debemos ser responsables de no priorizar las

recompensas del llamado confort y satisfacción inmediata, en detrimento de los costos que a largo plazo implica un descontrol ambiental y los costos que conlleva para las próximas generaciones. Por lo tanto, es crucial aumentar la conciencia sobre las implicaciones a largo plazo de las decisiones económicas y destacar los beneficios económicos de las prácticas sostenibles. Además, la influencia de las normas sociales en las decisiones económicas es un factor relevante. Al promover normas sociales que respalden la sostenibilidad ambiental, se puede incentivar a las personas a adoptar mejores comportamientos al respecto. Razón por la que, debe considerarse como una norma socialmente valorada y deseable, lo que implica un cambio cultural y una mayor conciencia colectiva sobre la importancia de cuidar el medio ambiente en nuestras decisiones económicas. El análisis de psicología económica y el papel de la sostenibilidad del medio ambiente ha demostrado ser una actividad valiosa y relevante en el estudio de la interacción entre las personas y su entorno al proporcionar una comprensión profunda de cómo los ambientes físicos, sociales y culturales influyen en el comportamiento humano, las emociones y el bienestar psicológico. Dicho análisis señala la importancia de diseñar entornos que promuevan la salud y el bienestar de las personas, resaltando la necesidad de espacios verdes y naturales, así como de ambientes construidos que fomenten la interacción social, la privacidad y la seguridad. El papel de la sostenibilidad del medio ambiente debe formar parte de una disciplina que siga contribuyendo al desarrollo de políticas y prácticas que buscan mejorar la calidad de los entornos físicos y sociales, como la planificación urbana sostenible, el diseño

de espacios de trabajo saludables y la creación de comunidades seguras y accesibles. Este análisis nos ofrece perspectivas útiles para abordar desafíos contemporáneos respecto al desarrollo sustentable, como el cambio climático, la urbanización rápida y la disminución de los espacios naturales, tomando en cuenta la influencia de factores ambientales en la toma de decisiones, la productividad, la creatividad y la calidad de vida.

En resumen, la psicología económica y la sostenibilidad del medio ambiente nos ha recordado que nuestro entorno tiene un impacto significativo en nuestra psicología y bienestar. Su enfoque holístico y basado en la evidencia científica proporciona una base sólida para promover ambientes más saludables, sostenibles y satisfactorios para todos. Al integrar los conocimientos de la psicología ambiental en la planificación y diseño de nuestros entornos, podemos crear comunidades más habitables y promover el florecimiento humano en armonía con el mundo que nos rodea, y también tomar conciencia, fomentar normas sociales favorables y estimular emociones positivas, a fin de construir un futuro económico más sostenible y en armonía con nuestro entorno natural.

REFERENCIAS

- Aragónés, J. I. (1998). *Psicología ambiental*. Ediciones Pirámide.
- Bowen H. R. (2013). *Social Responsibilities of the Businessman*. Published by University of Iowa Press. 298p. <https://doi.org/10.2307/j.ctt20q1w8>

- Costas, E. (2020). *Nudges: Diseño y evaluación*. <https://www.redalyc.org/journal/2815/281566233002/html/> [Consultado el 07 de junio 2023].
- Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo. (1987). *Nuestro Futuro Común*. Oxford University Press.
- Cruz, J. E. (2010). *Psicología económica*. Artículos en PDF disponibles desde 1994 hasta 2013. A partir de 2014 visítenos en www.elsevier.es/sumapsicol, 8(2), 213-236.
- Davies, P. (2012). The State of Evidence-Based Policy Evaluation and its Role in Policy Formation. *National Institute Economic Review*, 219(1), R41–R52. <https://doi.org/10.1177/002795011221900105>
- Fredrickson, B. L., y Kahneman, D. (1993). Descuido de la duración en evaluaciones retrospectivas de episodios afectivos. *Revista de personalidad y psicología social*, 65(1), 45–55. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.65.1.45>
- Gifford, R., & Nilsson, A. (2014). Personal and Social Factors that Influence Pro-Environmental Concern and Behaviour: A Review. *International Journal of Psychology*, 49(3), 141-157. <https://doi.org/10.1002/ijop.12034>
- Gilovich, T. (1991) *How We Know What Isn't So*. Nueva York: The Free Press.
- Heredia-Gamboa, D. A., del Pilar Hurtado-Yugcha, J., Gamboa-Salinas, J. M., & ManchenoSaá, M. J. (2022). Administración del reciclaje, tendencia económica post pandemia que se suma a la transición digital de la oferta. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 375-393.
- INEGI (2023) Datos tomados de índices tomados del INEGI, recuperados de: <https://www.inegi.org.mx/app/indicadores/> [Consultado el 07 de junio 2023].
- Kirchler, E. (2007). *The economic psychology of tax behaviour*. Cambridge University Press.
- Kunreuther, H. & Slovic, P. (1978). Economics, psychology, and protective behavior. *The American Economic Review*, 68(2), 64–69
- Latouche, S. (2007). *Sobrevivir al desarrollo*. Barcelona. Icaria editorial.
- Leff, E. (2000). *Globalización, ambiente y sustentabilidad del desarrollo*. En: *Saber Ambiental: Sustentabilidad, Racionalidad, Complejidad, Poder*. Segunda edición. México. Siglo XXI editores en coedición con el Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades UNAM, y con PNUMA: 17-30
- León, C. L. (2005). Programa Director de Educación Ambiental para La Universidad Nacional Experimental de Guayana. Tesis No Publicada para optar al grado científico de Doctora en Ciencias de la Educación, Universidad de La Habana, La Habana.
- Mises, L. (2007). *The historical setting of the austrian school of economics*. Ludwig von Mises Institute
- Munier, N. (2005). Introduction to Sustainability-Road to better future. Países Bajos: Springer.
- Naredo, J. (1999). Sobre la sostenibilidad de los sistemas. En: Naredo, J.M. & Valero, A. (dirs.). *Desarrollo económico y deterioro ecológico*, Madrid, Fundación Argentaria y Visor Distribuciones: 57-70.

- Olson, Mancur Jr. (1996). Big Bills Left on the Sidewalk: Why Some Nations are Rich and Others Poor. *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 10, núm. 2.
- Richins, ML (1994). Las posesiones especiales y la expresión de los valores materiales. *Revista de investigación del consumidor*, 21(3), 522-533.
- Romer, D (2019). *Advanced Macroeconomics* (5ta Ed.) Mc Graw Hill. México, D.F.
- Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales [Semarnat]. (2014). Compendio de estadísticas ambientales. Edición 2014. Recuperado de http://apps1.semarnat.gob.mx/dgeia/compendio_2014/dgeiawf.semarnat.gob.mx_8080/ibi_apps/WFServlet7726.html [Consultado el 07 de junio 2023]
- Tevrsky, A. y Kahneman, D. (1974). Jugment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185, 1124-1131.
- Tevrsky, A. y Kahneman, D. (1981) The framing of decisions and the psychology of choice, *Science*, 211: 453-458.
- Thaler, R. (1980). Toward a Positive Theory of Consumer Choice. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 12, 121-134.
- Thaler, R. (1985). *Mental accounting and Consumer Choice*, *Science*, 4.