

Lo más inverosímil del título es pensar en dos disciplinas aparentemente ajenas como la psicología y la economía dialogando; no obstante, la importancia de la psicología económica resulta considerable porque es una especialidad que busca unir dos disciplinas que estudian el comportamiento del ser humano.

Muchos supuestos de la economía se ven superadas por la teoría psicológica contemporánea, lo cual es pertinente tomar en cuenta para que ambas puedan crecer en una relación interdisciplinaria más apegada a la realidad. Esto permite la generación de nuevas propuestas teóricas que esclarezcan la relación entre el ser humano y el mundo económico por el que se ve atravesado y del que, conozca el individuo de economía o no, influye en él de maneras diversas y, al mismo tiempo, el individuo influye fuertemente en la economía.

Este pequeño escrito busca explorar qué es la psicología económica, así como algunas discusiones que apuntan a esclarecer los postulados de la especialidad y de su relevancia a nivel teórico y, en última instancia, práctica.

Para empezar, hay que definir a las dos disciplinas por separado. La psicología que se ha encargado de estudiar la cognición, la conducta y las emociones. Todas ellas son elementos que interactúan constantemente con el entorno. Por otro lado, la economía es el estudio de la decisión, la gestión de los recursos y las respuestas a los incentivos de manera individual y colectiva (Rodríguez, 2021). En cierto sentido, también estudia el comportamiento humano; no obstante, para ello ha partido de sus propios supuestos teóricos como el denominado “*Homo economicus*”; esto es, la manera en que se ha definido al ser humano desde la economía; la cual postula que una

Psicología económica: La relevancia de una especialidad poco reconocida

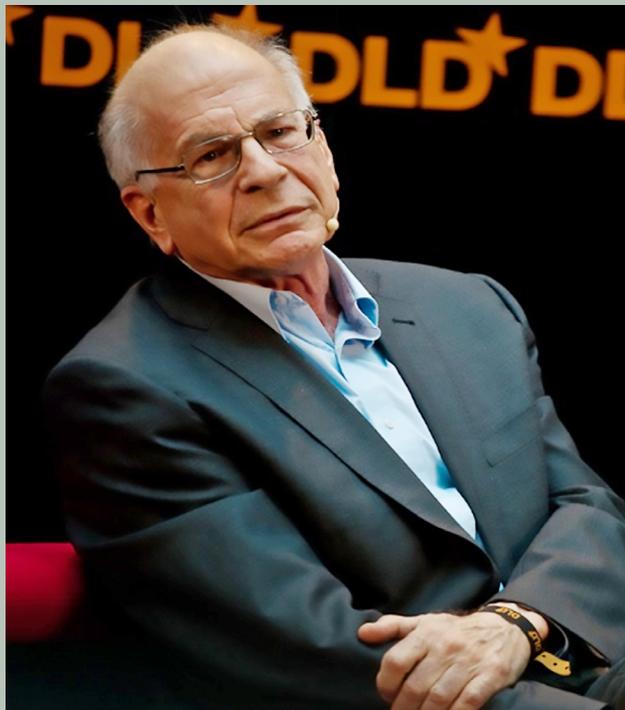
Gerardo Manuel Rodríguez Jiménez

Facultad de Psicología, Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Morelia, Michoacán, México.

Contacto: 2032466j@umich.mx

Resumen. La psicología económica es una especialidad de la psicología social que converge a la psicología con la economía. El breve artículo divulgativo busca responder a las siguientes preguntas: ¿cómo es que la psicología y la economía convergen? ¿Qué relación tiene la economía con la psicología? ¿Qué es la psicología económica? ¿qué estudia? ¿Cómo lo estudia? ¿por qué y para qué se estudian esos temas? ¿Qué países estudian más estos temas?

Palabras Clave: Psicología Económica, Homo economicus, efecto marco.



Daniel Kahneman: Psicólogo ganador del premio Nobel en economía en 2002 por su teoría prospectiva que expone los sesgos cognitivos en el ser humano, así como otros elementos involucrados en la toma de decisiones.

persona siempre busca el máximo beneficio con el esfuerzo mínimo posible; las personas buscan solo intereses personales pues son egoístas y toman decisiones siempre desde la razón (Quintanilla, 2002). Esa visión del ser humano no es considerada actualmente

como acertada porque existen múltiples razones que evidencian una realidad diferente.

Quijada (2018) expone un breve resumen de todos esos elementos que contradicen al *homo economicus* de la teoría económica clásica:

Las personas tenemos una racionalidad limitada porque esta depende de las características del entorno en el que las personas vivimos, así como las habilidades que cada uno poseemos en el procesamiento cognitivo. Además, el ser humano posee múltiples sesgos cognitivos como el efecto marco. Este consiste en que, dependiendo de la manera en que se presente la información a alguien, la respuesta dada por la persona será de un modo u otro; dicha información también incluye la que aportan las emociones. Si una tarea se le presenta de manera positiva habrá una respuesta diferente a la que tendría si se le hubiera proporcionado información de manera negativa (Sosa, 2011).

Sosa (2011) ejemplifica muy bien el efecto marco: Si a una persona se le propone la idea de que es un líder de una organización de la salud y de repente hay un brote de una enfermedad en la cual tiene dos opciones a tomar ¿cuál elegiría esa persona? El programa A indica que 400 personas se salvarán. El programa B indica que hay dos tercios de probabilidad de que nadie sobreviva, pero hay un tercio de probabilidad de que todos se salven. Los resultados indican que las personas tienden más a elegir el programa A. Por otro lado, a otras personas se les dice que con el programa A morirán 400 personas, mientras que con el B hay un tercio de probabilidad de que nadie muera, pero con dos tercios de riesgo a que todos perezcan; las respuestas, en este caso, se van por el programa B.

De esto se puede concluir que: si hay ganancias seguras, hay aversión al riesgo

(se prefiere salvar a 400 personas que arriesgarse a salvarlas a todas [marco positivo]) y, si hay pérdidas seguras (se morirán 400 personas, se elige tomar la opción B de probar suerte con las probabilidades [marco negativo]), se favorece el riesgo.

Todo esto muestra que la razón no es la regla en todas las decisiones que se toman.

Otros aspectos relevantes que contradicen la supuesta racionalidad resumidos por Quintanilla (2002) son las siguientes:

La funcionalidad de las emociones: estas sirven para proporcionar información sobre el entorno. Facilitan la retención de la atención y la evocación de recuerdos en aquello que tenga carga afectiva en nosotros y ayudan a anticipar posibles resultados de una decisión; es decir, si una situación será favorable o no. Por lo tanto, las emociones proveen información y guían en la toma de decisiones.

El sesgo del pensamiento frío: consiste en creer que la racionalidad se produce cuando se disminuyen los procesos emotivos y emocionales de la persona (pensar con la cabeza fría). Esto resulta falso porque la razón es más efectiva justamente porque las emociones y los sentimientos permiten que el procesamiento cognitivo funcione adecuadamente ya que aportan información adicional que da certidumbre a la toma de decisiones.

La influencia del entorno en la toma de decisiones: el contexto funciona como punto de referencia para una persona porque su historia y los elementos que constituyen su entorno le permiten o le impiden tomar ciertas decisiones, además que todo esto también le ha forjado un conocimiento sobre cómo funciona la realidad. Por lo tanto, el ser humano parte de lo que conoce y usa lo que le rodea para adaptarse al medio.

Las aportaciones dadas por la psicología permiten que la economía pueda mejorarse y, de igual manera, la psicología requiere de la economía para dar luz sobre otros temas que la disciplina

ignora (Quintanilla, 2002). Por lo que el trabajo interdisciplinario constituye un gran paso para el avance del conocimiento de la realidad.

Rodríguez y de la Torre (2007) explican que ya desde décadas pasadas se ha señalado que la teoría económica clásica no llega a explicar todo lo que debería. Hay temas como la inflación, las actitudes y conductas del ciudadano con respecto a las políticas fiscales, la predilección de algunos por ahorrar o no en periodos de bonanzas y recesiones, entre otros; que no se pueden explicar solo con la teoría económica.

Partiendo de lo dicho previamente, podemos justificar la necesidad de la existencia de la psicología económica como una propuesta para unificar tanto

**Daniel
Kahneman**

Premio Nobel de Economía

**Pensar
rápido,
pensar
despacio**



la teoría económica con la psicológica en un trabajo interdisciplinario con la finalidad de que dicho dialogo genere explicaciones más profundas sobre el comportamiento humano y su relación con el mundo económico (Quintanilla, 2002).

La psicología económica es definida como una especialidad de la psicología social que depende tanto teórica como metodológicamente de esta última (Quintanilla, 2002). Se le puede definir como la psicología aplicada dedicada al

“estudio del comportamiento, de las variables que inciden en la toma de decisiones económicas individuales y colectivas y las formas como las personas comprenden el mundo de la economía y sus variaciones” (Denegrí, 2010).

Sus temas de investigación son diversos y poseen diferentes aplicaciones. Van Raaij y Crotts (1995) indican algunos temas de investigación: la percepción de los productos y servicios para el marketing; el comportamiento del consumidor; la toma de decisiones del consumidor; la producción doméstica como las amas de casa; los efectos de los anuncios publicitarios; la conducta relacionada con los impuestos y la satisfacción del consumidor; entre otros.

Según Denegrí (2010), la psicología económica tiene cuatro grandes propósitos generales: a) crear descripciones de la conducta y la toma de decisiones, b) generar modelos sobre los procesos de alfabetización y socialización en cuestiones económicas, c) explicar el origen y el desarrollo de la comprensión del mundo económico en la historia de los seres humanos y, d) contribuirle a la teoría económica para mejorar sus modelos teóricos. Para lograr todo ello, la misma autora expresa que se hace uso de instrumentos de recolección como cuestionarios, pruebas coyunturales, escalas de actitudes, hábitos de consumo, alfabetización económica, así como entrevistas semiestructuradas.

Un estudio reciente realizado por Saá et al. (2022) se encargó de revisar la cantidad de artículos que han sido publicados aproximadamente desde 1923 hasta el 2020. Algunos de sus resultados muestran que los países que más estudian estos temas son las Filipinas, Sudáfrica, Países Bajos, Reino Unido, EEUU, Alemania e India. Algunos de los autores más representativos en inglés son: E. Kirchler, S.E.G. Lea, W.F. Van Raaij, P. Webley, etc. Mientras que en español son: M. Denegrí, A. Palavecinos, M. Ripill, M. Delval, etc.

CONCLUSIÓN

La psicología económica es una disciplina poco conocida. De hecho, es fácilmente omitida durante toda la educación de la licenciatura en psicología aun cuando representa una línea de

investigación fructífera y útil para empoderar a la sociedad aportando teorías que son de gran ayuda para concientizar a la sociedad sobre nuestro papel en el mundo económico en el que vivimos. Pueden ayudar a evitar conductas desadaptativas como el despilfarro y promover conductas financieras beneficiosas para el individuo como su capacidad de ahorro, hacer uso de herramientas financieras disponibles en el mercado, así como análisis del pensamiento económico durante el psicodesarrollo en infantes hasta la adultez.

Para mayor información, podría resultar del interés del lector remitirse a:

El descubrimiento del mundo económico en niños y adolescentes de Juan Delval

Introducción a la psicología económica de Marianela Denegrí

Pensar rápido, pensar despacio de Daniel Kahneman

En estos textos se puede encontrar una gran lectura que permita introducirse a profundidad en la psicología económica a nivel teórico, así como en sus antecedentes históricos y las propuestas de investigaciones futuras que podrían llevarse a cabo.

Referencias

- Denegrí Coria, M. (2010). *Introducción a la psicología económica*. Bogotá, Colombia: Psicom Editores.
- Quijada, M. M. (2018). *Breve recorrido histórico por la Psicología Económica* [Proyecto de grado, Universidad de Salamanca]. Repositorio Documental de la Universidad de Salamanca. https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/138538/TFG_QuiMarM_Breve.pdf
- Quintanilla, I. (2002). Daniel Kahneman y la psicología económica. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 18(1), 95-108.
- Rodríguez, F. J. R. y de la Torre, V. C. (2007). Genealogía y sentido de la Psicología económica. *Revista de Historia de la Psicología*, 28(2), 173-179.
- Rodríguez, L. (2021). Una introducción a la psicología económica: áreas, teorías y desafíos. *Persona*, 24(1), 89-108.
- Saá, M. J. M., Gamboa, J., & Yugcha, J. D. P. H. (2022). Psicología Económica: una disciplina ligada a la conducta del internauta ya la transición digital. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 544-559.
- Sosa, R. A. (2011). Efectos marco: definición y clasificación. *Revista virtual de la facultad de psicología y psicopedagogía de la universidad del salvador*, 24(1), 23-27.
- Van Raaij, W.F. y Crofts, J.C. (1995). Introduction. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 3(3), 1-19.