

Sumamos todas nuestras fuerzas con otras entidades para ayudar a los colectivos más vulnerables.

DEFIEND

PRIMAVERA 20

Jueves 21 de Mayo de 2020 | 12 : 41

Añadir a favoritos | Página de inicio

diarioabierto.es

Información económica desde una perspectiva plural



Portada Economía Finanzas Laboral Gestión Inversión Empresas Seguros Tecnología Motor Opinión



Gran selección de sets LEGO

Suscríbete a nu

E-mail

¡Suscribirme!

Síguenos



Facebook



LinkedIn

Tribuna

Las políticas económicas deberían tener muy presentes las emociones de los consumidores

20/02/2020

Elena Alfaro, experta en transformación emocional. La psicología económica es hoy esencial.

Los líderes políticos y empresariales de España se enfrentan en el 2020 a una situación sin precedentes: el primer gobierno de coalición de la democracia, una amenaza sanitaria por el coronavirus, la incertidumbre por la guerra comercial con EEUU o por los posibles efectos de Brexit y la gran vulnerabilidad derivada del cambio climático. En este contexto se comienzan a plantear diversas medidas, pero no parece que se esté teniendo en cuenta el mundo de la psicología económica y el inconsciente colectivo que, sin duda, jugarán un papel fundamental.

Claros ejemplos de lo que puede provocar el pánico es la cancelación del Mobile World Congress, en Barcelona, por el eventual riesgo al COVID-19; la caída de la demanda en los negocios regentados por empresarios chinos en Madrid, en los que antes había colas y ahora están totalmente vacíos, o las cancelaciones de viajes a destinos asiáticos.