
Economía conductual o del comportamiento: Entendiendo las decisiones de los individuos.

Por: Lic. Juan Gabriel Solís Quirós, colaborador del Centro de Atención UISIL y profesor universitario. Si desean hacer uso de este artículo de opinión, deben contactarse al siguiente e-mail: g4soqy@gmail.

Esta nueva tendencia de entendimiento de los patrones económicos de las personas se originó no hace mucho, a partir de diversos estudios en donde convergen la psicología, la economía y la sociología. Pero, ¿de qué trata este ámbito?, bien, para comenzar debemos realizar una introspección con sus orígenes a partir de los estudios de Daniel Kahneman y Vernon L. Smith, en donde sus propuestas a partir de investigaciones tipo laboratorio demostraron una tendencia distinta a la economía neoclásica con la que hemos convivido y en donde se enfocan en la psicología y la sociología. Visualizado de manera más coherente, nos referimos puntualmente como el comportamiento de los individuos en donde ejercen influencia sobre un medio económico, lo que suscita a entender algunos fenómenos dentro del ámbito comercial que en ocasiones la economía convencional no tiene los parámetros para explicar su origen, aunque a lo largo del tiempo tanto la economía, como a su vez la psicología dependen mucho de estar vinculados a través de las distintas herramientas con los cuenta ambos, para entender más allá de una tendencia de rendimientos de un mercado específico.

Existen diversos planos en donde se analiza esta tendencia y a su vez se ha dedicado muchos estudios al respecto, algunos de los más destacados o marcados dentro de este campo de estudio son los análisis conductuales de incentivos o motivaciones, influencias sociales, heurística, sesgo y riesgo, tiempo y planificación y por último los efectos de la personalidad y emociones de la toma de decisiones. En el caso de los incentivos o motivaciones, la economía conductual lo aborda bajo dos vertientes, la primera sobre las motivaciones intrínsecas, el cual corresponde fundamentalmente en aspectos como el sentido de responsabilidad, de compromiso profesional o intelectual o bien el sentimiento de satisfacción por una labor bien hecha, la segunda corresponde a las motivaciones extrínsecas, el cual se refiere a las recompensas como el dinero como ejemplo básico, y los castigos que pueden ser hasta físicos en algunas ocasiones. En el ámbito de las influencias sociales, la economía conductual se enfoca en dos áreas de análisis, las decisiones normativas e informativas. En el caso de las normativas, corresponden

cuando respondemos a las presiones de los grupos sociales que nos rodean, como por ejemplo cuando miramos una serie de la plataforma Netflix por motivos de que escuchamos a nuestros amigos o bien en redes sociales el manifestar lo atractivo que resulta ser la misma, lo que en este caso nos vemos influenciados por una tendencia colectiva. Por su parte, las informativas se refieren puntualmente de como aprendemos de los demás, en donde si no sabemos cómo enfrentarnos a una situación, lo más lógico es observar cómo actúan los demás. En el ámbito de la heurística, corresponde a las reglas de tomas de decisiones rápidas que utilizamos con frecuencia para simplificar nuestras decisiones diarias y que con frecuencia funcionan bien, no obstante, nos generan sesgos, estos sesgos son los habituales errores por estas decisiones a la ligera que no nos permite contemplar todos los elementos que influyen en un ámbito. En cuanto al riesgo, es basado en la teoría prospectiva, el cual maneja de manera distinta el riesgo en comparación a la teoría estándar económica, ya que la primera es la tendencia a correr riesgos para evitar pérdidas, también conocido como “aversión a las pérdidas”, por su parte la segunda corresponde a tomar decisiones de acuerdo a un punto de referencia, visto como un punto de partida de status quo.

En cuanto al tiempo y la planificación, se enmarca en que de acuerdo a esta área de estudio y basado en múltiples experimentos, en el corto plazo somos individuos sumamente impacientes, llamado “sesgo del presente”, muy diferente al largo plazo, el cual, de acuerdo a diversos estudios somos un poco más constantes. Por último, en la toma de decisiones juega un papel importante la teoría del “empujoncito” (área de estudio, desarrollada por Richard Thaler), el cual corresponde a las decisiones que tomamos de manera impulsiva sin contemplarlo desde un punto de vista racional y sin tomar en cuenta situaciones o repercusiones. Este escrito no le hace juicio a este tema tan amplio y aún en constante estudio ya que nuestros comportamientos y necesidades cambian constantemente, pero desde el ámbito económico permite a las empresas conocer cómo piensan, eligen y deciden las personas.