Economía del comportamiento: ¿tomamos decisiones racionales?

Recopilado por el Staff de El Inversionista

Es una subdisciplina que aprovecha los hallazgos de la psicología para describir comportamientos que se desvían de teorías prescriptivas de la economía

¿Por qué las personas toman decisiones para adquirir bienes o disfrutar de servicios, invertir, ahorrar, vender o reciclar que a veces no pueden ser explicadas por las teorías económicas clásicas? Algunas respuestas a esta pregunta se encuentran en la economía conductual o economía del comportamiento.

En octubre de 2017, en un sondeo de opinión realizado por la escuela de negocios de la Universidad de Chicago, se presentó a economistas de Estados Unidos y de Europa la siguiente afirmación:

"Las perspectivas de la psicología sobre el comportamiento individual, ejemplos de los cuales incluyen racionalidad limitada, bajo autocontrol o un gusto por la equidad, predicen varios tipos importantes de resultados observados en el mercado que los modelos económicos totalmente racionales no son capaces de predecir".

Según los resultados, el 93% de los expertos estadounidenses respondió que estaban de acuerdo o muy de acuerdo con dicha afirmación. Un 88% de sus contrapartes europeas estaba de acuerdo o muy de acuerdo, mientras que el 12% restante señaló que esa afirmación era incierta.

Aportes de la psicología a la economía

La economía del comportamiento es una subdisciplina que aprovecha los hallazgos de la psicología para describir comportamientos que se desvían de teorías prescriptivas de la economía como la teoría de la elección racional del consumidor, la teoría de la utilidad esperada y la hipótesis del mercado eficiente.

En la teoría de la elección racional del consumidor el homo economicus es una persona racional que sirve a sus propios intereses, es independiente en sus juicios, elige de forma óptima y vive el presente. Esta es una teoría normativa (prescriptiva) que intenta explicar cómo debería ser la conducta del consumidor.

Herbert Simon, premio Nobel de Economía en 1978, retó esas afirmaciones afirmando que las personas toman decisiones económicas de una manera razonable desde un punto de vista formal y que, de acuerdo al alcance de sus conocimientos y destrezas, eligen una opción satisfactoria y suficiente para lograr sus propósitos. Con esta evidencia y otros hallazgos que criticaron la teoría de la utilidad esperada, se atribuye a Simon el ser uno de los precursores de la economía conductual.

Los consumidores, entonces, toman decisiones de una manera que sea tanto satisfactoria como suficiente, estableciendo algunas precisiones sobre la teoría de la elección racional del consumidor.

El efecto de encuadre

Suponga que lo invito a disfrutar de una noche de hamburguesas. Vamos a adquirir los ingredientes al mercado local, donde hay una variedad de ofertas de paquetes de este producto, pero a usted y a mí nos llaman la atención dos en particular, por su igual precio y empaque. En el envoltorio de la marca A la información señala "20% de grasa". En la presentación de la segunda alternativa, la marca B, se puede leer "80% libre de grasa". Seguidamente le pido que decida cuál comprar. ¿Por cuál se inclina en nuestra noche de hamburguesas?

Cuando se formula esta pregunta a los consumidores, la mayoría responderá que opta por la opción B (80% libre de grasa) y algunos responderán "A" (20% de grasa). Otros, más meticulosos y menos frecuentes, responderán "me da igual porque tienen la misma cantidad de grasa". Sólo las personas más meticulosas habrán superado el sesgo cognitivo del encuadre.

En esta situación de elección entre