

Economía del comportamiento



El “Homo Economicus”, ¿está siempre presente en las decisiones económicas?

La premisa central de una parte de la Teoría Económica es que las personas eligen por optimización, y además basan sus decisiones en lo que los economistas llaman “expectativas racionales”. Se puede decir que, el comportamiento irracional resulta irrelevante en el ámbito de su investigación.

Este tópico fue investigado por Herbert Simon de la Universidad de Carnegie Mellon en Estados Unidos y, obtuvo por esto, el Premio Nobel de Economía en 1978. Escribió sobre la “Racionalidad limitada”, y afirmaba que las personas tienen racionalidad limitada, que carecen de la capacidad cognitiva suficiente para resolver problemas complejos. No obstante, la Teoría de la racionalidad limitada fue casi ignorada por los economistas de esa época, puesto que era vista como “cierta pero poco relevante”. Al agregar el margen de error a las ecuaciones de los modelos estadísticos que empleaban, podían volver al modelo en el que suponían que las personas eran totalmente racionales al tomar todo tipo de decisiones y podían optimizar su función de utilidad otra vez.

40 años después, en el 2017, Richard Thaler de la Universidad de Chicago en Estados Unidos, fue premiado con el Nobel de Economía por su investigación en el campo de la Economía del comportamiento. Este afirmaba que las premisas en las que se basa la Teoría Económica son imperfectas, que los problemas de optimización a los que se enfrenta la gente corriente generalmente son muy difíciles de resolver. En sus trabajos analizó que, dadas las tasas de fracaso que se observan en varios ámbitos de la vida, es

difícil aseverar que todas las decisiones o elecciones son óptimas. Puede ser que, por ejemplo, el exceso de confianza contenido en la frase motivadora "sin miedo al éxito" no sea tenida en cuenta. Existen innumerables sesgos, bien documentados por los psicólogos, que inciden a la hora de decidir.

A modo de muestra y según la evidencia describiremos algunos sesgos conductuales que indican que el ser humano no siempre actúa guiado por criterios racionales y es propenso a errar. Supongamos que conseguimos entradas sin cargo para presenciar un espectáculo que está a una hora de viaje de nuestro domicilio. El día del evento se desata una gran tormenta que torna peligroso el viaje, por lo tanto decidimos no ir. Es un hecho estadísticamente comprobado que de haber pagado la entrada (bastante cara, por cierto) hay un alto porcentaje de personas que decidirían tomar el riesgo y viajar bajo la tormenta para asistir al evento. En este caso, se estaría desestimando una de las máximas de los economistas en la teoría del consumidor, ignorar los Costos hundidos", es decir que las decisiones no se vean influidas por gastos ya realizados e irre recuperables. El precio pagado por la entrada no debería afectar nuestra decisión de ir o no al espectáculo. Otro caso sería el de una persona que paga un abono de temporada a un club de tenis que le permite jugar dos veces por semana y a los dos meses empieza a sufrir una lesión llamada codo de tenista. Esto le provoca bastante dolor cada vez que juega, sin embargo, continúa haciéndolo a pesar del dolor durante tres meses más, porque no quiere desperdiciar la cuota del abono ya pagada. Dado el caso, sólo cuando el dolor se hace insoportable. Sabias expresiones populares como "no llorar sobre la leche derramada" o "lo pasado, pisado" hacen referencia a los Costos hundidos. A los humanos nos cuesta mucho acatar esta máxima de la teoría del consumidor, lo hace que en algunas situaciones no decidamos de la mejor manera posible.

Otro principio económico muy poco utilizado para decidir es el "Costo de oportunidad", es decir el costo de una cena y una película en el cine en la noche, no es solamente el costo monetario de las mismas, sino también depende de los posibles usos alternativos del dinero y el tiempo empleados en ese programa. Una forma distinta de verlo sería la siguiente, si se dispone de una entrada al partido de la selección argentina de fútbol en el estadio Martorearena de Salta y la misma puede ser vendida a \$50.000, entonces se sabe que el costo de asistir al partido es \$50.000, independientemente de lo que se haya pagado por la entrada. Solo deberíamos asistir al partido si se considera que ese es el mejor uso posible que le pudiésemos dar a ese dinero. Esta sería una mentalidad de "la persona racional", sin embargo, lo cierto es que muy pocas personas piensan de esa manera.

Estos casos pueden ser vinculados a la idea del autocontrol o la "fuerza de voluntad" para la toma de decisiones. Uno de los pioneros en estudiar fue el célebre escocés Adam Smith, el padre de la Economía moderna. Su libro más renombrado "La riqueza de las naciones" de 1776, sentó las bases del pensamiento económico moderno. Geroge Stigler, Nobel en Economía en 1982, solía decir que la Ciencia Económica no ha aportado nada nuevo en siglos, algo que Adam Smith ya había dicho en su momento. En lo que tiene que ver con la Economía del comportamiento Smith se manifestó en varios libros, en el de 1776 y en "Teoría de los sentimientos morales" publicado en 1759. En el último, presentó el tema del autocontrol como un conflicto entre nuestras pasiones y nuestro espectador imparcial. Hacía referencia a que nuestras pasiones son "miopes" o cortas de vista, es decir: "el placer que podamos experimentar de aquí a 10 años nos interesa muy poco en comparación con el que podemos experimentar hoy". Esto tiene que ver con las elecciones sobre el mejor momento para realizar algún consumo o en contraposición, si es conveniente ahorrar o invertir los recursos disponibles.

Otro concepto que influye en la forma de decidir de los individuos es el riesgo. ¿Las conductas bajo riesgo, azar o incertidumbre serían las que predicen los modelos que suponen al "homo economicus" como el actor principal? Experimentos basados en encuestas con valor estadístico comprobado, según Richard Thaler, demuestran que el valor económico negativo que las personas le dan a las pérdidas es mucho mayor al valor económico positivo que las mismas les asignan a las ganancias. Esto tiene que ver no con los niveles de riqueza, sino con los cambios en la riqueza de las personas. Puede decirse que las pérdidas duelen casi el doble de lo que gustan las ganancias, esto es lo que se denomina aversión (rechazo) a las pérdidas. Este descubrimiento se convirtió en un arma muy poderosa y pasó a ser parte importante del arsenal de los economistas del comportamiento.

A fin de cuentas, en todos los órdenes de la vida, la persona corriente no actúa siempre guiada por juicios racionales y es propensa a cometer errores sin llegar a optimizar la función de utilidad. Seguramente el supuesto "hombre racional" podría alcanzar ese objetivo "en los papeles". Nuestros deseos, miedos, prejuicios, valores o afectos, por ejemplo, influyen en nuestra valoración de las cosas y, por ende, en la toma de decisiones.

La Economía del comportamiento es parte de la Ciencia Económica que propone cómo hacer para tomar decisiones más inteligentes. Muestra la manera en que la Psicología económica va descubriendo un camino nuevo sobre la forma de decidir, tanto en el ámbito personal, familiar, institucional como también en el mundo de los negocios y las empresas. Será cuestión de indagar más profundamente en esta relativamente nueva e interesante parte de la Economía.